GUIDE PRATIQUE DU MARKETING SUR FACEBOOK

Guide N°4

Animation et Modération de votre page Facebook

(à jour des nouveautés de février 2011 !)

affinitiz

Livre blanc

SOMMAIRE

I. INTRODUCTION 3

II. COMMENT ANIMER MA PAGE ? 3

1. Les règles de base 4
a) Orthographe, syntaxe et grammaire irréprochables 4
b) Se présenter : place à l'humain 6
c) Tenir sa promesse initiale 9
d) Adapter son ton à la ligne éditoriale déterminée 12
e) S'organiser et planifier ses publications 13
f) Un rythme de publication régulier 14

2. Concrètement, je publie quoi ? 15
a) Poser des questions 15
b) Publier du contenu à valeur ajoutée pour le fan 17
c) Faire de votre jeu concours une source d'animation 20
d) Suivez de près vos fans les plus actifs et mettez les en valeur 22
e) Faire parler les fans de vos produits 23
f) Créer l'événement 24
g) Privilégier la publication de statut avec des medias 27

III. COMMENT GERER LA MODERATION DE MA PAGE ? 28

1. Les règles de base de la modération s'appliquent sur Facebook, comme ailleurs 28
a) Première étape indispensable : définissez les règles du jeu et publiez-les 28
b) Un fan se plaint, porte une réclamation : comment réagir ? 29
c) Miser sur la positivité de vos fans 36
d) Répondre aux demandes d'information 39
e) Evacuer les *trolls*, spammeurs et autres fans indélicats 42

2. Les outils disponibles sur Facebook pour la modération 44
a) Les préférences de publication 44
b) Le compte page et le compte profil 45
c) La notification par mail 46
d) La modération automatique 47
e) Le filtre « publications masquées » 48
f) La suppression d'une publication sur le mur 49
g) La suppression d'un commentaire 50
h) La suppression d'un fan 50

3. Les applications de modération tierces : un incontournable pour les pages actives 53
a) Les applications de gestion modération simples 53
i) Conversocial 53
ii) Oorook 55
iii) Hyper Alerts 56
b) Les applications généralistes (ou couteaux Suisses) 58

i) Involver 58
ii) Buddymedia 59
iii) Vitrue 60
iv) Context Optional 61

I. Introduction

Avec l'arrivée des outils 2.0, de nouveaux métiers aux contours encore mal délimités et/ou identifiés sont apparus : le community manager en fait partie. Le gestionnaire de communauté (pour sa version française) est tantôt appelé le modérateur, l'administrateur, le leader de communauté, l'animateur, etc. **Difficile de trouver une dénomination pour une fonction nouvelle, polymorphe… et souvent opaque pour bon nombre d'entre nous. La révolution Facebook a en grande partie participé à l'apparition de ces nouveaux métiers.**

Gérer une page facebook demandera au community manager deux fonctions principales : animation et modération. Animer la page pour créer une véritable interaction avec ses fans mais aussi pour gagner en visibilité dans leur fil d'actualités. Modérer la page pour éradiquer les spams, les messages injurieux, mais aussi répondre aux interrogations des fans.

Ce document a pour objectif de dégager des lignes directrices qui permettront de débuter concrètement dans la gestion d'une page Facebook. Nous nous appuierons sur des exemples précis remarqués au fil de notre veille.

II. Comment animer ma page ?

Il n'existe pas de formule unique et de conseils pré-formatés pour ce qui est de l'animation d'une page de marque : cette animation sera étroitement liée à l'industrie dans laquelle évolue votre marque. Elle nécessitera un vrai travail de benchmark concurrentiel mais aussi une analyse interne de la matière dont disposera l'équipe d'animation. (Une page pour dire quoi ?)
Il ne faut d'ailleurs pas hésiter à se faire aider et conseiller par des prestataires dont c'est le métier : cela vous permettra de gagner du temps et de connaitre les possibilités d'animation offertes par la plateforme Facebook .La mise en œuvre d'une très bonne idée peut être souvent compromise par de nombreux obstacles (techniques, juridiques, etc.)

Cependant, certaines règles plus ou moins implicites sont à appliquer en matière d'animation et de publication sur une page de marque.

1.Les règles de base

a) Orthographe, syntaxe et grammaire irréprochables

Un gestionnaire de communauté doit avant tout présenter un **respect complet de l'orthographe, de la grammaire et de la syntaxe** : il est vrai que cela peut paraitre logique et évident. Cependant, on voit encore quelques pages Facebook où les community managers s'expriment dans un langage approximatif et/ou font des fautes d'orthographe impardonnables.
De plus, le community manager se doit de s'exprimer de façon claire, précise et concise : sa parole représente la parole de la marque. **Un discours trop évasif peut détériorer l'image et la crédibilité de la marque.**

Les exemples à ne pas reproduire

NRJ Salut à tous, dans quelques heures on va dire adieu à 2010.
Quels son vos suhaits pour 2011 ? Pus de Hits, plus d'amour, plus d'argent,... ?
vendredi, à 12:43 · J'aime · Commenter · Afficher le feedback (1 246)

Le Lapin Duracell Comme certains joueurs ayant dopé leur lapin pour le rendre sur-puissant, une mise à jour du jeu vient d'être effectuée. La façon de mesurer la vitesse de votre lapin a donc évolué mais rassurez-vous le classement n'a pas changé sauf si un joueur a battu votre score entre temps. Que les meilleurs gagnent !
7 janvier, 11:18 · J'aime · Commenter
4 personnes aiment ça.
Afficher les 4 commentaires
Rédiger un commentaire...

Cdiscount.com C'est la saison des sports d'Hiver et pour allé s'éclater dans la poudreuse il vaut mieux être bien équipé !! On vous propose donc les meilleurs prix sur les produits Rossignol. Masques, ski, boots tout ce qu'il faut pour dévaler les pistes!! http://ow.ly/3F97v
Vous êtes plutôt ski ou snow ?
Arrivage Rossignol!!!
ow.ly
Pour un petit week-end ou une semaine de vacances retrouvez tous les équipements Rossignol au meilleur prix!! Allez y tout schuss
17 janvier, 16:54 · J'aime · Commenter · Partager
2 personnes aiment ça.
Pierre Alain Baly L orthographe est aussi en promo !!! Pour "allé"...
17 janvier, 19:55 · J'aime · Signaler
Rédiger un commentaire...

Ce que le Community Manager aurait dû faire

Se (faire) relire, tout simplement. Ici, c'est simple mais pourtant indispensable.

Ce type de constat vous amènera à bien réfléchir avant de donner les droits d'administration de votre page : donner ces droits, c'est donner carte blanche à la personne qui pourra publier comme elle le souhaite. Il est donc important de s'assurer du niveau de la personne qui sera en charge de cette animation et ne pas sous-estimer le rôle du community manager.

b) Se présenter : place à l'humain

Il ne faut perdre de vu qu'une page Facebook est un canal de communication particulier, puisqu'en temps réel (par rapport à une campagne de publicité classique). Nous sommes dans une logique de dialogue d'une personne à une autre personne, une logique conversationnelle complète qui ouvre la discussion avec le fan, qu'il soit client ou prospect.

Il faut donc humaniser au maximum cet échange en mettant des visages et des noms sur le(s) community manager qui alimente(nt) quotidiennement cette page. La marque ne parle pas en son nom directement comme sur son site institutionnel : elle doit laisser la parole à Pierre, Paul ou Jacques qui est chargée de l'animation (que ce soit un travail fait en interne ou externalisé en agence !). Cela rassure les fans de pouvoir poser un nom et/ou un visage sur leur interlocuteur.

Exemple à retenir

facebook
LA REDOUTE.fr
La Redoute
Soldes
-70%
gwenola
Chargée d'innovations
A moi de mettre en œuvre vos idées !
Mon métier, c'est d'avoir un train d'avance sur vos besoins, de faire bouger les choses le plus rapidement possible.
Facebook me permet de tester, d'avoir davantage de proximité et d'interactivité... A l'écoute des fans, j'espère que vous continuerez à vous faire entendre !
jennifer
Conseillère client(e)

Pourquoi retenir cet exemple ?

Parce que la marque s'efface pour mieux faire place à ses représentantes. On voit « pour de vrai » qui anime la page, à qui on s'adresse lorsqu'on pose une question.

Pourquoi retenir cet exemple ?

Cdiscount.com a su représenter de manière drôle et sympathique l'équipe d'animation et de modération dès sa page d'accueil pour les non fans. Certes, il s'agit d'avatars (qui ne représentent peut-être qu'une seule personne ?) mais dans la forme, la marque a su faire preuve d'originalité.

iDTGV
J'aime
Mur
Infos
Qui sera da...
Concours Ma...
Devenez Fan
Évènements
Publier :
Sur le mur
Photo
Vidéo
Exprimez-vous
Filtres
iDTGV Rendez-vous à 13h si vous souhaitez assister au showcase de Nolwenn Leroy à bord d'iDTGV, il y aura des billets à gagner !
Nolwenn Leroy à bord d'iDTGV - iDTGV – Open Bar !
blog.idtgv.com
Nolwenn Leroy sera à bord de l'iDTGV Paris-Rennes (2971) du 2 février, en partenariat avec M6 Music Hits et l'émission Miss VIP on Board.
Il y a 9 minutes · J'aime · Commenter · Partager
Gazelle Pernelle aime ça.
Rédiger un commentaire...
iDTGV Vous pouvez désormais acheter votre pass zaOza directement sur le site http://www.iDTGV.com/ à 4€ et télécharger à volonté ! Toutes les infos sont ici : http://bit.ly/fJvJM2
Qu'est-ce que le pass zaOza ? / Services / iDTGV
bit.ly
Choisissez avec qui vous voyagez : Découvrez iDTGV et voyagez autrement
Il y a environ une heure · J'aime · Commenter · Partager
2 personnes aiment ça.
Rédiger un commentaire...
Lou Hbq bonjour c'est moi Lou hbq :) comemnt je dois faire pour avoir les
VIP
Exclus
Coulisses
Evènements à bord
Bons Plans
Ouverture des réservations
Concours & jeux
Petits prix
Connect
Qui sera dans mon train ?
Mélanie@iDTGV vous répond !

Pourquoi retenir cet exemple ?

IDTGV a intégré le nom de sa community manager directement sur l'image de profil de la page. En indiquant « Mélanie@IDTGV vous répond ! », la marque humanise son échange avec ses fans et montre son esprit d'ouverture.

c) Tenir sa promesse initiale

Il existe différentes typologies de promesses, qui dépendront de votre marque et de votre stratégie : à ce sujet, nous vous invitons à consulter l'article « les typologies de promesse »

Si vous avez créé cette page en promettant de donner des actualités, des bons plans et des réductions exclusives, il va falloir s'y tenir sous peine de voir les fans vous faires des reproches. (« Mais où sont vos bons plans ? »)

Inversement, si vous promettez de faire de votre page une tribune pour communiquer sur votre engagement caritatif et que vous commencez à proposer des offres commerciales, ne vous étonnez pas de vous attirer les foudres de votre audience.

Exemples à retenir

Western Union Have you voted today to support a charity? Only 5 days left to vote!
20 décembre 2010, 17:12 · Masquer le feedback (38)
32 personnes aiment ça.
Samuel Smith Savage western union u r dulling us for UK
20 décembre 2010, 17:16 · Signaler
Nicci Vine U don cast for guys
20 décembre 2010, 17:47 via Facebook Mobile · Signaler
Kenneth Netto Rukfa U got ma vote
20 décembre 2010, 20:04 via Facebook Mobile · Signaler
Maami Grace And u have mine as well
20 décembre 2010, 20:47 · Signaler
Aggrey Mhepela mine too!
20 décembre 2010, 21:54 via Facebook Mobile · Signaler
Billie Jean Courtney i vote yes to
21 décembre 2010, 23:37 via Facebook Mobile · Signaler

Pourquoi retenir cet exemple ?

Conscient qu'il est difficile d'engager le dialogue sur les transferts d'argent, la Western Union a choisi d'axer l'animation de sa page autour de ses engagements caritatifs avec notamment la mise en place d'une opération « 50 days of giving » : elle permettait à chacun de ses fans de voter pour la cause chère à son cœur. La cause remportant le plus de vote obtenait un don de $ 150.000 offert par western union. En impliquant leurs fans dans le choix du bénéficiaire, la marque a pu animer sa page, communiquer sur son action caritative et faire dialoguer ses fans.

facebook
Recherche
Marmara Matt l'Animateur SURPRIIIIIIISE :) !!!!! Il y a 14 minutes
Mur
Infos
Concours
Bienvenue !
Photos
Discussions
Infos générales
À propos de :
Vous aimez les Clubs Marmara ? Alors dites le :-) et invitez vos amis à rejoindre ma page !
Informations détaillées
Site web :
http://www.marmarafit.com
http://marmarablog.com
Description de l'entreprise :
Si vous aussi vous avez passé de bonnes vacances en club Marmara...
Si vous aussi vous souhaitez connaître toute l'actualité Marmara en avant-première...
Si vous aussi vous voulez des codes promos, des réduc, des infos en exclu...
Alors cette page est faite pour vous !
Rejoignez-nous : devenez fan !
Page Facebook :
http://www.facebook.com/marmara.matt
Ajouter à mes Pages favorites
Vous aimez les Clubs Marmara ? Alors dites le :-) et invitez vos amis à

Marmara Matt l'Animateur Allez allez, on profite de l'exclu Facebook, sur le Club Marmara Taba 4* :)
A saisir avant demain soir vendredi à 23h59 !!!
http://www.marmara.com/Produit.aspx?CodeProduit=EGYTTABFA
Club Marmara Taba 4* - Offre exclu Facebook !
www.marmara.com
Réservez votre voyage . Retrouvez les témoignages et les infos pratiques sur ces vacances Egypte à petits prix sur Marmara.com
Hier, à 10:28 · J'aime · Commenter · Partager
88 personnes aiment ça.
Afficher les 24 commentaires
Stéphanie Bonnetain C est vrai quoi tout le monde a le droit de s exprimer et ce qui plait aux uns ne plait pas forcément aux autres !!!! Moi une seule fois marmara a djerba et super contente mais ca peut être différent ailleurs !!!! Après chacun voit midi a sa porte !!!!!
Il y a 18 heures · J'aime · Signaler
Valerie Viger moi aussi j ai eu l occasion d aller a djerba dans l hotel marmara c etait genial rien a redire
Il y a 2 heures · J'aime · Signaler
Rédiger un commentaire...

Marmara Matt l'Animateur Voici les 2 derniers gagnants de mon grand jeu concours !! Bravo à Anne Sophie et Marie qui remportent chacun(e) 1 semaine pour 2 en Club Marmara ! Merci à tous pour votre participation MASSIVE à ce grand jeu !! Je vous donne rdv mercredi pour une petite surprise réservée exclusivement aux fans !!
Le grand concours Marmara est maintenant terminé !
www.facebook.com
Un grand MERCIIIIIII à tous pour votre participation massive à mon jeu concours !! Celui-ci est désormais terminé, encore BRAVO aux 30 petits chanceux qui ont gagné 1 semaine pour 2 en Club Marmara ! N'oubliez pas de poster vos photos dès votre retour ;) Je vous dis à t...
Afficher la suite
17 janvier, 19:59 via Concours Marmara · J'aime · Commenter
287 personnes aiment ça.
Afficher les 140 commentaires
Rédiger un commentaire...

Pourquoi retenir cet exemple ?

Marmara s'adresse très clairement aux clients qui ont déjà séjourné dans un club marmara, mais aussi à ses prospects. La promesse de la page est la suivante :

« Si vous aussi vous avez passé de bonnes vacances en club Marmara...
Si vous aussi vous souhaitez connaître toute l'actualité Marmara en avant-première...
Si vous aussi vous voulez des codes promos, des réduc, des infos en exclu…
Alors cette page est faite pour vous !
Rejoignez-nous : devenez fan ! »

En faisant gagner des voyages grâce à une application de concours (tirage au sort) mais également en proposant des promotions spécialement conçues pour les fans de la page, Marmara tient sa promesse initiale.

d) Adapter son ton à la ligne éditoriale déterminée

En fonction de la ligne éditoriale décidée, du domaine dans lequel se trouve la marque et de l'image globale que la marque souhaite véhiculer, le ton ne sera pas le même d'une page à une autre. La façon de s'adresser aux fans variera d'une marque à l'autre mais devra rester la même pour votre page (Le community manager de la page de *La vache qui rit* interpelle ses fans en début de publication par *Les amis*). La question du tutoiement ou du vouvoiement sera également à adapter : une banque vouvoiera davantage ses fans qu'une radio pour jeunes.

Faire preuve d'humour (quand le sujet s'y prête !)

Certains community managers peuvent se permettre de s'adresser à leurs fans sur un ton humoristique, dans la mesure où cela traduit bien la ligne éditoriale choisie, le ton adopté. C'est d'ailleurs souvent le cas pour des marques représentées par mascottes : ces portes voix permettent davantage *de familiarités* avec les fans

Exemples à retenir

ING Direct If you're given too much change at the checkout line do you give it back or walk away like it never happened? Be honest...
7 décembre, 23:40 via HootSuite · J'aime · Commenter
14 personnes aiment ça.
Afficher les 159 commentaires
Rédiger un commentaire...

Pourquoi retenir cet exemple ?

Avec une question simple, concise et dans le sujet qui la concerne, la marque enclenche une discussion sympathique à laquelle chacun pourra répondre rapidement. Interaction assurée.

Cristóbal Álvarez Palomar J'adore Orangina!!!
5 décembre 2010, 02:23
Clément Legrand aime ça.
Clément Legrand ^^
14 décembre 2010, 09:33 · Signaler
Orangina Page Officielle Heureusement, sinon on t'aurait envoyé Orangina Rouge pour te fouetter dans le cas contraire...
15 décembre 2010, 10:55 · Signaler

Pourquoi retenir cet exemple ?

La marque a pris le parti d'exploiter ses différentes mascottes connues grâce aux campagnes de publicité TV et peut se permettre d'aborder le fan sur ton faussement méchant (référence à la publicité sur le produit Orangina rouge).

Les Lapins Crétins Un conseil : guettez vos portes, fenêtres et cheminées cette nuit. Le petit bwaaah-bwaaah Nowel tentera par tous les moyens de s'incruster chez vous. Pas spécialement pour vous apporter des cadeaux, mais pour faire griller un bout de saucisse. Bwaaayeux Nowel à tous et bwaaah de bêtises !!!
24 décembre 2010, 17:41 · Partager
1 485 personnes aiment ça.
Afficher les 88 commentaires

Pourquoi retenir cet exemple ?

Le produit s'appelant les lapins crétins (petits personnages s'exprimant par onomatopée dans un jeu vidéo et rendus connus via des publicités TV pour Renault), le CM a choisi de les faire s'exprimer de façon « crétine »… et cela fonctionne !

e) S'organiser et planifier ses publications

Etre community manager ne consiste pas à poster un statut au gré de son humeur. De quel type d'informations je dispose pour animer ma page et pour combien de temps ? Quels interlocuteurs solliciter en interne pour trouver du contenu ?

Le but étant bien entendu d'anticiper les tâches liées à l'animation de la page : interview à préparer, codes de réduction à valider auprès du service marketing, préparer la retransmission d'un live (technique, logiciel, droits, etc.)

Identifier les grands « marronniers » de la marque vous permettra d'établir un calendrier précis des potentielles publications et donc d'organiser le travail qui s'articulera autour. Nous parlons bien ici de gestion de projet !

Il faudra par exemple être prêt pour mettre en ligne une publication plutôt le lundi matin : en effet, plusieurs études ont démontré que le pic d'activité sur les pages (publications, commentaires, likes et partages) avait lieu le lundi matin.[1]

[1] *Source : Vitrue: Managing Your Facebook Community*

f) Un rythme de publication régulier

Rien de pire qu'une page qui ne trouve pas son « rythme de croisière » : entre les pages qui postent à tout va (jusqu'à 7 ou 8 publications par jour !) et celles laissées pour mortes, il est judicieux de ne pas se lancer sans un minimum de réflexion. Identifier les contenus à partager avec ses fans en amont vous permettra de ne pas vous éparpiller : avant de publier, il peut être utile de vous demander si cela intéressera **vraiment** vos fans.
Une fréquence raisonnable de mise à jour du statut est de l'ordre de deux à trois fois par jour au maximum, trois à quatre fois par semaine au minimum.
En fonction de la localisation de la majorité des fans, les heures comprises entre 9 heures et 14 heures semblent être les plus intéressantes.

Exemple à ne pas retenir

CinéCinéma
mois musicals emotion famiz
www.cinecinema.fr
tous les lundis et mardi de janvier
Il y a environ une heure · J'aime · Commenter · Partager
CinéCinéma
Magnolia
www.cinecinema.fr
Sur le point de mourir, Earl Partridge, magnat des médias, n'a plus qu'un désir : revoir son fils, Frank Mackey, qu'il a jadis abandonné. Frank est devenu entretemps une vedette de la télévision. De son côté, la belle Linda, qui a épousé Earl pour sa fortune, comprend à quel point elle s'est attaché
Il y a environ une heure · J'aime · Commenter · Partager
Fabrice Delaperrelle aime ça.
Rédiger un commentaire...
CinéCinéma
ZOMBIE DE ROMERO
www.cinecinema.fr
TOUS LES LUNDIS A 20H40 SUR CINECINEMA FRISSON
Il y a environ une heure · J'aime · Commenter · Partager

Ce que le Community Manager aurait dû faire

Choisir c'est renoncer. Ici, le community manager a publié 3 liens en moins de 5 minutes sans aucune explication. Le résultat est sans appel : un unique « like » pour 3 publications… Le but est d'apporter des contenus à valeur ajoutée pour le fan, de l'interpeller pour qu'il participe à la discussion. Le risque principal est de « polluer » le fil d'actualités des fans qui finiront par cacher les publications de votre page sur leur fils d'actualités, ou pire, qui n'aimeront plus la page.

2. Concrètement, je publie quoi ?

L'univers d'une page est conversationnel : il faut donc inciter les fans à interagir. Ceci aura deux avantages : montrer à vos fans votre implication et votre volonté d'entamer une véritable conversation, mais aussi gagner en visibilité dans leurs fils d'actualités.
En quoi une conversation « normale » est différente d'une conversation de média social ? Rien !
Les règles restent finalement les mêmes : écoute, respect de tous… ce sont finalement des règles implicites de « net étiquette » qu'il ne faut pas oublier.
Nous vous proposons quelques trucs et astuces concrets, dont l'usage généralisé par de nombreuses marques vous assurera de leurs pertinences.

a) Poser des questions

Une bonne conversation implique des questions et des réponses, un échange. Vous avez désormais la chance d'échanger directement avec vos clients et prospects grâce aux médias sociaux (versus les canaux traditionnels).
Mettre à jour régulièrement son statut en le terminant par une question adressée aux fans est un bon moyen de les impliquer et de leur faire ressentir leur unicité. Les gens aiment parler d'eux, n'hésitez pas à les interroger sur leur rapport avec la marque, leurs habitudes, leurs envies, etc.
Dans cet esprit, vous pouvez exploiter l'onglet « discussion » et lancer plusieurs discussions pour inciter les internautes à « se lancer ». Le but est de ne pas laisser cet onglet vide dès le lancement de la fanpage. Mieux vaut ne pas l'activer s'il n'est pas exploité.
N'hésitez pas non plus à utiliser régulièrement un champ lexical utilisant la seconde personne (« votre » ou « ton », « vous » ou « tu ») pour impliquer les fans directement.

facebook
Recherche
Coca-Cola
J'aime
Mur
Infos
Coca-Cola
Photos
Vidéo
Discussions
Coca-Cola + autres
Coca-Cola seulement
Seulement les autres
Coca-Cola is wondering how many stacked cans of Coke it takes to reach the moon... What do you think?
Hier, à 16:19
6 282 personnes aiment ça.
Afficher les 3 668 commentaires
Coca-Cola The Coke Happiness vending machine strikes again - this time in London
Coca-Cola Happiness Machine London
www.youtube.com
Coca-Cola is unleashing happiness again, this time in the UK! 7th September sees the release of the much-anticipated sequel to the global internet sensation -- the Coca-Cola Happiness Machine which caught the world's imagination earlier this year with one million views in the first week alone.
mardi, à 13:40 · Partager · Signaler
14 489 personnes aiment ça.
Afficher les 1 681 commentaires
Ajouter à mes Pages favorites
Recommander à des amis

Pourquoi retenir cet exemple ?

La marque de soda interpelle ses fans sur une question un peu farfelue et leur demande leur avis. Le taux d'interaction s'en ressent tout de suite.

N'oubliez pas cependant de formuler des questions courtes : les fans ne passeront pas plus de quelques minutes à vous répondre, le tout est d'attirer leur attention avec des questions qui ont du sens, qui suivent une ligne éditoriale définie.

facebook
Recherche
NEW LOOK FRANCE
Mur
Infos
Bienvenue
Collection
Photos
Encarts
Exprimez-vous
Joindre :
Partager
NEW LOOK FRANCE + autres
NEW LOOK FRANCE
Seulement les autres
NEW LOOK FRANCE Avez vous choisi vos chaussures de l'hiver ?
Winter shoes
6 nouvelles photos
Il y a 4 heures · Commenter · J'aime · Partager
26 personnes aiment ça.
Afficher les 4 commentaires
Aude Pietrement Et bien je craquerais pour les stiletos !!! j'en chercher depuis un moment je sais où aller maintenant !! merci new look !! ;)
Il y a 3 heures · J'aime · Signaler
Ajouter à mes Pages favorites
Recommander à des amis
New Look, la marque anglaise chouchoute des fashionnistas !
www.newlook.com/europe
www.newlookblog.com
Informations
Création :

Copie d'écran du mur de la fanpage New Look France

Pourquoi retenir cet exemple ?

La marque londonienne de prêt-à-porter s'adresse directement à ses fans pour parler de ses produits de façon concise.

b) Publier du contenu à valeur ajoutée pour le fan

De nombres pages de marque profitent de ce support pour communiquer sur de nombreux sujets, qui n'ont parfois pas grand intérêts pour le fan. Les annonces d'information interne, sans intérêt pour l'audience, ne feront que « polluer » le mur et n'engageront pas d'interaction avec les fans.
Mettre en ligne un statut ayant comme contenu une phrase purement affirmative est également une porte fermée à toute discussion avec l'audience. Un contenu intéressant mal amené peut aussi faire un vrai *flop*.

Exemples à ne pas retenir

LCL Banque et Assurance Le jury s'est réuni le mardi 30 novembre au siège de LCL, boulevard des Italiens, afin de désigner les gagnants du prix LCL en collaboration avec l'Union des Journalistes de Sport en France.
Plus d'infos sur http://bit.ly/evyvE3
Prix LCL - UJSF 2010
9 décembre 2010, 18:02 · Partager
4 personnes aiment ça.

Ce que le Community Manager aurait dû faire

Dans ce cas, il aurait été préférable de ne pas publier ce genre d'information ou tout du moins, d'ouvrir le dialogue avec une question (*et pour vous, quel a été l'événement sportif marquant de l'année ?*). Nous ne sommes plus du tout dans le domaine de compétence de la marque. La quasi absence des interactions est donc assez logique.

Oney - Banque Accord A vos agendas, Noël commence demain sur banque-accord.fr. Un prêt personnel de 12 000€ sur 48 mois à un taux de 4.3% au lieu de 5.2%... Il faudra faire vite, il n'y en a que 300.
Plus d'infos : http://www.banque-accord.fr/bafr/p/ba/ventesflash/ventesflash.html?siteid=0001125300
VENTE PRIVILÈGE
PRÊT PERSONNEL
Jeudi 9 décembre 2010,
300 prêts personnels,
TEG de 4,3%
5 334 impressions · 0,06% de feedback
8 décembre, 16:59 · J'aime · Commenter · Partager
2 personnes aiment ça.

Ce que le Community Manager aurait dû faire

Dans le cas de Oney –Banque Accord, l'annonce peut s'avérer intéressante pour son audience mais elle est amenée sans porte ouverte à l'échange. Résultat : aucune interaction.

Exemple d'animation :

« Nous baissons notre taux d'intérêt sur 300 prêts de 12.000 € remboursable sur 48 mois. Le taux de départ était de 5,2%, à votre avis, quel est notre nouveau taux : 4,3%, 4,7% ou 5%? »

Puis mettre la réponse dans les commentaires puis créer une seconde publication le lendemain :

« Bravo à X, Y et Z qui ont trouvé le bon taux pour notre offre de prêt : c'est bien 4,3% au lieu de 5,2%. Tiens, une question pour les matheux, quelle économie cela représente t-il de baisser le taux de 5,2 à 4,3% pour 12.000 emprunté sur 4 ans ? »

Etc.

Oney - Banque Accord Noël avant Noël : sur banque accord.fr, nous commençons à vous faire plaisir dès jeudi... Un prêt personnel à un taux très attractif.
Plus d'infos : http://www.banque-accord.fr/bafr/p/ba/ventesflash/ventesflash.html?siteid=0001125300
5 347 impressions · 0,09% de feedback
7 décembre, 12:59 · J'aime · Commenter · Faire la promotion
4 personnes aiment ça.
Oney - Banque Accord Mentions légales de la Vente Privilège du 09 décembre 2010
Offre de Prêt Personnel réservée aux particuliers (hors projets professionnels, immobiliers). Coût total du crédit : 1062,72€. Taux débiteur fixe de 4,22%. Montant hors assurance facultative. Cotisation mensuelle de l'assurance facultative une personne : 0,13% du montant emprunté, soit 15,60€ par mois, qui s'ajoute à la mensualité. Vous disposez d'un délai de rétractation de 14 jours suivant la signature de votre contrat, pour renoncer à votre crédit. Dossier de prêt bancaire selon barème et conditions valables au 09/12/2010, sous réserve d'acceptation par Banque Accord.
Banque Accord - SA au capital de 28 795 040 € - RCS Roubaix Tourcoing 546 380 197 - Siege social : 40, avenue de Flandre 59170 Croix - Adresse postale : BP6 - 59895 Lille Cedex 9 - www.banque-accord.fr
7 décembre, 13:01 · J'aime
Rédiger un commentaire...

Ce que le Community Manager aurait dû faire

Toujours dans le cas de Oney – Banque Accord, la mise en ligne de conditions juridique via un commentaire engendre beaucoup de « bruit »inutile sur la page. Facebook n'est pas du tout adapté à l'insertion de conditions juridique. Il faut les intégrer dans un lien ou sur le site de destination.

Dans tous les cas, le community manager doit se poser la question de la pertinence de sa publication pour son audience : va-t-elle réellement l'intéresser ? Est-ce vraiment ce qu'attendaient les fans en cliquant sur « j'aime » ?

c) Faire de votre jeu concours une source d'animation

La mise en place d'un jeux concours organisé sur une durée précise est l'occasion pour la marque d'animer sa page sur la thématique abordée. C'est un très bon prétexte pour rappeler l'existence du jeu pour les fans qui n'ont pas joué et cela permet d'engager une discussion avec son audience.

Exemples à retenir

Oney - Banque Accord Et si vous gagniez les 1000€ de notre jeu concours, que feriez vous avec ?
17 091 impressions · 0,52% de feedback
27 décembre 2010, 17:54 · J'aime · Commenter · Faire la promotion
Emeric Ernoult et 38 autres personnes aiment ça.
Afficher les 50 commentaires
Rédiger un commentaire…

Pourquoi retenir cet exemple ?

Projeter les fans dans l'idée d'obtenir le gain est un moyen aisé de les faire parler, surtout quand il s'agit de gagner une belle somme d'argent ! Le feedback est alors amélioré. De plus, les chances de remonter dans le fil d'actualités des fans augmentent grâce aux interactions entre les fans et la marque !

Fédération Internationale de l'Automobile Avec son septième titre mondial, Sébastien Loeb nous confirme qu'il connait ses réflexes de conduite et qu'il maitrise son véhicule: et vous ? Pour le savoir, n'hésitez pas à faire le quiz et tentez de gagner un stage de pilotage.
30 053 impressions · 1% de feedback
4 octobre 2010, 09:58 · J'aime · Commenter · Faire la promotion
255 personnes aiment ça.
Afficher les 46 commentaires
Rédiger un commentaire…

Pourquoi retenir cet exemple ?

La marque a saisi l'occasion : une actualité en lien direct avec le sujet du jeu concours (réflexes de conduite). Une bonne façon de relancer les fans qui n'auraient pas encore joué et d'ouvrir une discussion.

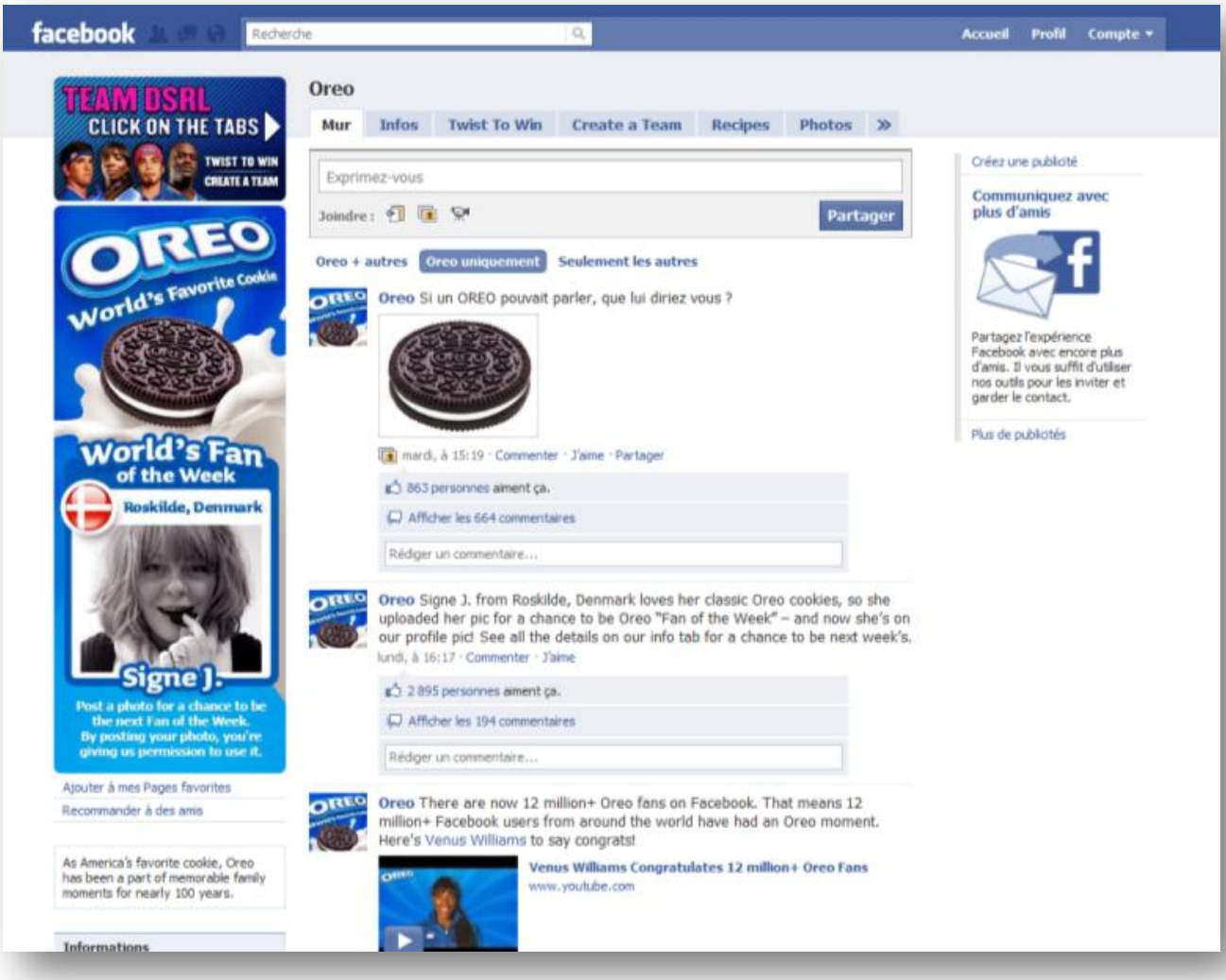
Uno Chicago Grill Our World's Greatest Pizza Maker Contest is still going! So get those creative sauces flowing and enter your own unique creation for the chance to win a year's worth of pizza on us!
lundi, à 20:05 · Commenter · J'aime
55 personnes aiment ça.
Amy McLain Jones It would better if standard toppongs like garlic and specialty ones like artichoke hearts were offered.
lundi, à 20:07 · J'aime · Signaler
Eric Spindler Go to the Uno in Syracuse and ask for Josh....
lundi, à 20:41 · J'aime · Signaler
Uno Chicago Grill Hey, Amy! Thanks for the feedback- it's always super helpful to hear from our fans!
lundi, à 21:54 · J'aime · Signaler
Lauri Bamforth I think the pizza should be garlic ranch sauce, 4 cheese blend, grilled chicken (shredded) and red and yellow peppers with some seasoning in the cheese blend.Yum yum!
mardi, à 01:22 · J'aime · Signaler

Pourquoi retenir cet exemple ?

Uno Chicago grill a réussi à faire parler ses fans de ses produits en organisant un concours de création d'une recette de pizza unique. Le fan dont la recette récolte le plus de votes remportera un an de pizza gratuit. En alléchant ses fans, la marque a su les faire parler sans les forcer !

d) Suivez de près vos fans les plus actifs et mettez les en valeur

Ce sont vos ambassadeurs. Il est important de les identifier, de les suivre et si possible de les impliquer. Ils n'en seront que davantage reconnaissants et se feront souvent un plaisir de répondre aux questions des autres fans ou de faire l'éloge de votre dernier produit.


facebook
Recherche
Accueil
Profil
Compte
TEAM DSRL
CLICK ON THE TABS
TWIST TO WIN
CREATE A TEAM
OREO
World's Favorite Cookie
World's Fan of the Week
Roskilde, Denmark
Signe J.
Post a photo for a chance to be the next Fan of the Week. By posting your photo, you're giving us permission to use it.
Ajouter à mes Pages favorites
Recommander à des amis
As America's favorite cookie, Oreo has been a part of memorable family moments for nearly 100 years.
Informations
Oreo
Mur
Infos
Twist To Win
Create a Team
Recipes
Photos
Exprimez-vous
Joindre :
Partager
Oreo + autres
Oreo uniquement
Seulement les autres
Oreo Si un OREO pouvait parler, que lui diriez vous ?
mardi, à 15:19 · Commenter · J'aime · Partager
863 personnes aiment ça.
Afficher les 664 commentaires
Rédiger un commentaire...
Oreo Signe J. from Roskilde, Denmark loves her classic Oreo cookies, so she uploaded her pic for a chance to be Oreo "Fan of the Week" – and now she's on our profile pic! See all the details on our info tab for a chance to be next week's.
lundi, à 16:17 · Commenter · J'aime
2 895 personnes aiment ça.
Afficher les 194 commentaires
Rédiger un commentaire...
Oreo There are now 12 million+ Oreo fans on Facebook. That means 12 million+ Facebook users from around the world have had an Oreo moment. Here's Venus Williams to say congrats!
Venus Williams Congratulates 12 million+ Oreo Fans
www.youtube.com
Créez une publicité
Communiquez avec plus d'amis
Partagez l'expérience Facebook avec encore plus d'amis. Il vous suffit d'utiliser nos outils pour les inviter et garder le contact.
Plus de publicités

Pourquoi retenir cet exemple ?

Parce qu'Oréo met à l'honneur chaque semaine un fan différent en intégrant sa photo dans l'image de profil de la page.

e) Faire parler les fans de vos produits

La clé ultime de réussite : ne pas parler directement de vos produits mais faire parler les fans de vos produits.

Idée d'amélioration, question d'utilisation, vote des produits favoris ou autres, toute incitation à faire parler les fans de ses produits montrera l'ouverture d'esprit de la marque. Bien entendu, il est nécessaire de les orienter afin qu'ils partagent une expérience positive avec la marque, une anecdote sympathique ou étonnante.

easyJet
easyJet France Nous allons vous demander aujourd'hui de faire un effort de mémoire, dans quels(les) pays/villes vous êtes vous rendus avec easyJet ? et quel est votre meilleur souvenir ?
Il y a 7 heures · J'aime · Commenter
22 personnes aiment ça.
Afficher les 63 commentaires
Rédiger un commentaire...

Pourquoi retenir cet exemple ?

Parce que la compagnie aérienne low cost propose à ses fans de partager leurs souvenirs autour du voyage (fait avec easyjet bien sûr !) et pas seulement autour de la marque.

OREO
Share Your Back-to-School Memories
Share a Photo
See the Memories
Share a photo and a memory of your Back-to-School moments
It may be the end of summer – but it's also the start of a whole new school year. Please take this moment to share your experience with us.
Continue ▸
FEEDING AMERICA
Oreo is making a $25,000 donation to Feeding America's BackPack™ Program. Learn more about the program.

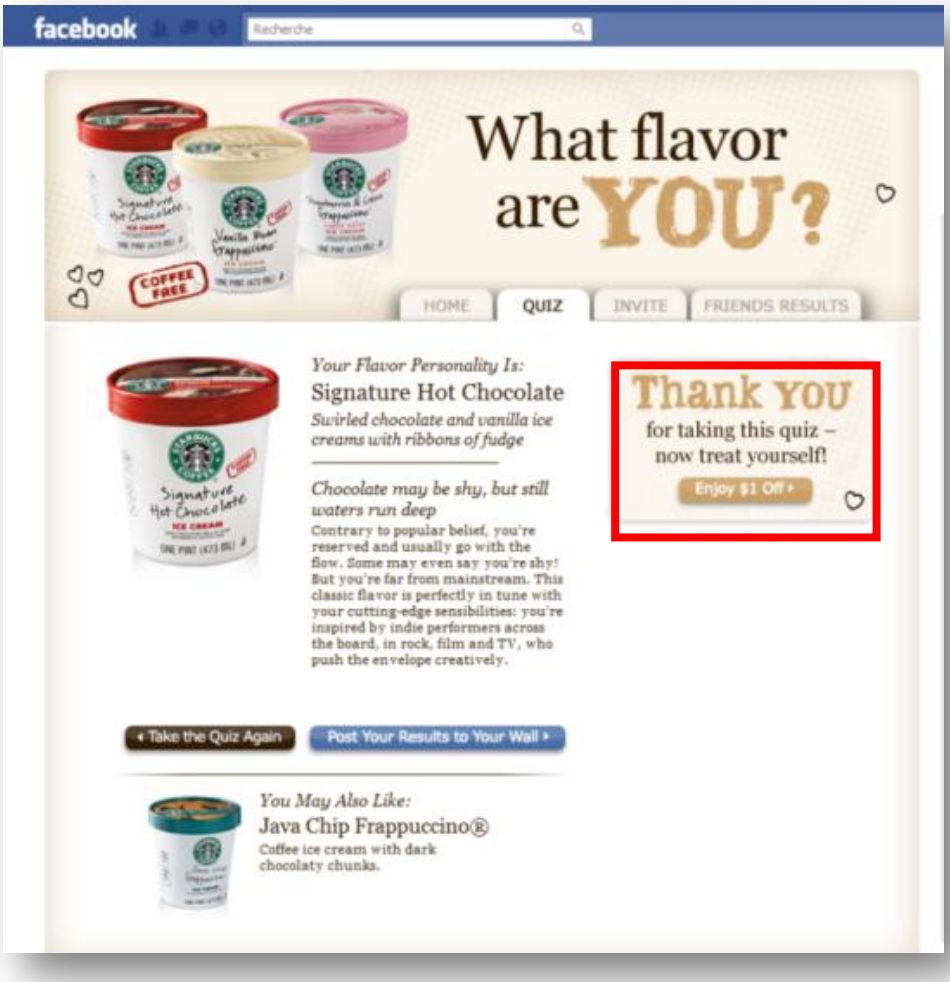
Pourquoi retenir cet exemple ?

Parce que la marque sait que son produit est consommé depuis la plus tendre enfance par ses fans. Elle a ainsi joué sur la nostalgie de ceux-ci en leur proposant de partager une photo souvenir de leur enfance : les gens aiment parler d'eux-mêmes, tirez-en un avantage pour animer votre page !

f) Créer l'événement

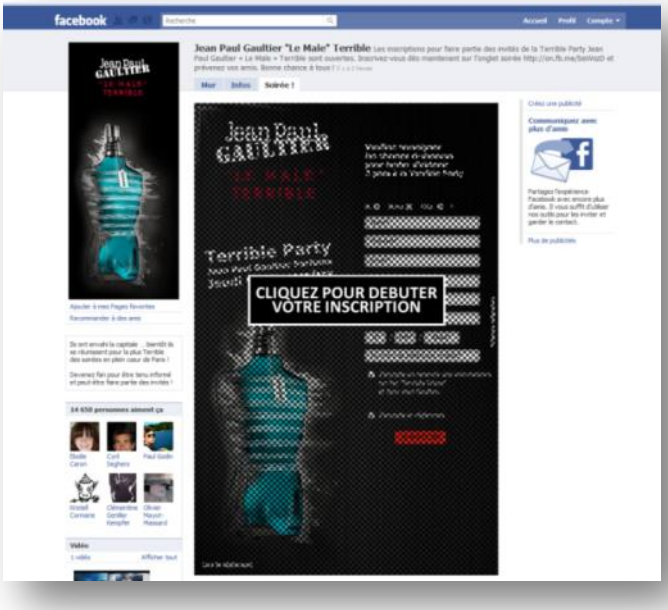
Pour conserver vos fans engagés, c'est à vous de créer l'événement, de rythmer votre page en fonction de l'actualité de votre marque.
Vous souhaitez mettre en avant une gamme de produits qui vient de sortir ? Mettez en place un système de réduction pour le tester, via un test ou concours.
Offrir à ses fans la chance de participer à un événement physique VIP est également un bon moyen de conserver ses fans. On montre ainsi qu'être fans c'est avoir accès à des moments exclusifs.

Exemples à retenir


facebook
Recherche
What flavor are YOU?
COFFEE FREE
HOME
QUIZ
INVITE
FRIENDS RESULTS
Your Flavor Personality Is:
Signature Hot Chocolate
Swirled chocolate and vanilla ice creams with ribbons of fudge
Chocolate may be shy, but still waters run deep
Contrary to popular belief, you're reserved and usually go with the flow. Some may even say you're shy! But you're far from mainstream. This classic flavor is perfectly in tune with your cutting-edge sensibilities: you're inspired by indie performers across the board, in rock, film and TV, who push the envelope creatively.
Thank YOU
for taking this quiz – now treat yourself!
Enjoy $1 Off
Take the Quiz Again
Post Your Results to Your Wall
You May Also Like:
Java Chip Frappuccino®
Coffee ice cream with dark chocolaty chunks.

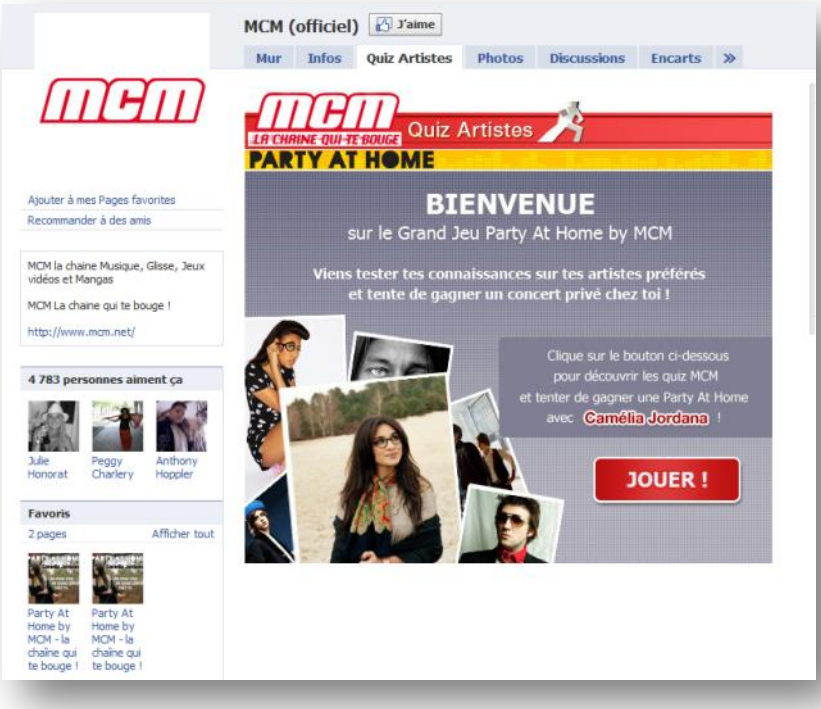
Pourquoi retenir cet exemple ?

La marque Starbucks a mis en ligne un quiz pour connaitre votre parfum de glace. A la fin de celui-ci, vous avez la possibilité de récupérer un coupon de réduction pour découvrir cette gamme de produit.



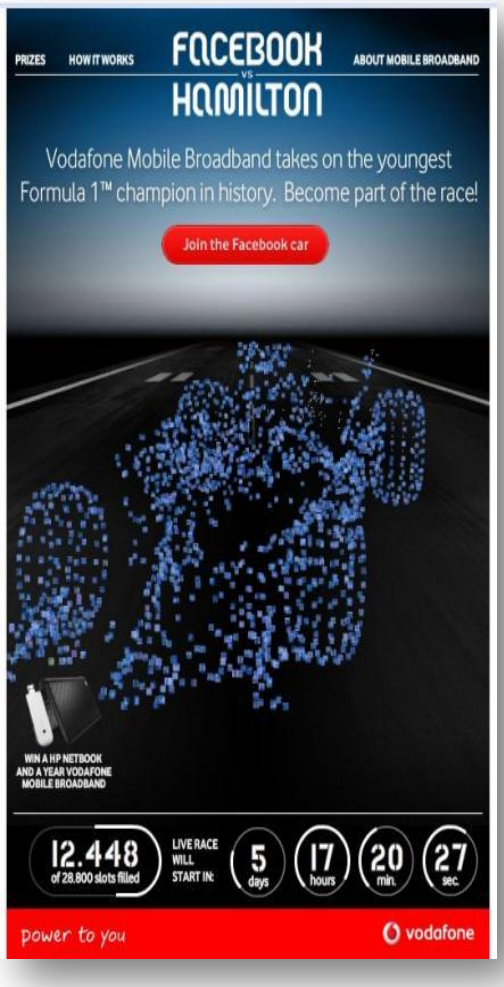
Pourquoi retenir cet exemple ?

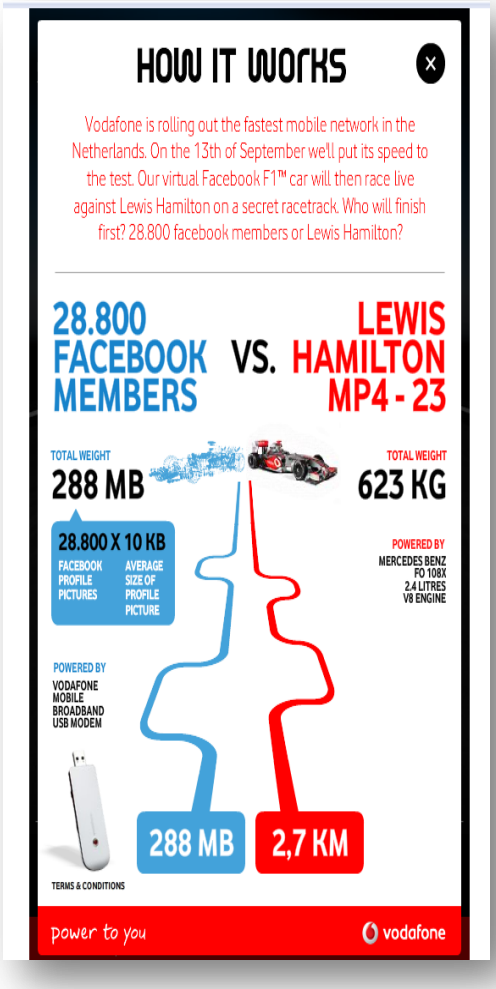
La page du parfum « le Male » de Jean-Paul Gaultier a offert exclusivement à ses fans la possibilité de gagner des pass pour une soirée VIP.


MCM (officiel)
J'aime
Mur
Infos
Quiz Artistes
Photos
Discussions
Encarts
mcm
LA CHAINE QUI TE BOUGE
Quiz Artistes
PARTY AT HOME
BIENVENUE
sur le Grand Jeu Party At Home by MCM
Viens tester tes connaissances sur tes artistes préférés
et tente de gagner un concert privé chez toi !
Clique sur le bouton ci-dessous
pour découvrir les quiz MCM
et tenter de gagner une Party At Home
avec Camélia Jordana !
JOUER !
Ajouter à mes Pages favorites
Recommander à des amis
MCM la chaine Musique, Glisse, Jeux vidéos et Mangas
MCM La chaine qui te bouge !
http://www.mcm.net/
4 783 personnes aiment ça
Julie Honorat
Peggy Charlery
Anthony Hoppler
Favoris
2 pages
Afficher tout
Party At Home by MCM - la chaîne qui te bouge !
Party At Home by MCM - la chaîne qui te bouge !

Pourquoi retenir cet exemple ?

Pour entretenir une relation privilégiée avec ses fans, la chaine musicale MCM organise régulièrement des quiz et permet aux gagnants de recevoir à leur propre domicile un concert privé des artistes du moment. De vrais évèvements !




HOW IT WORKS
Vodafone is rolling out the fastest mobile network in the Netherlands. On the 13th of September we'll put its speed to the test. Our virtual Facebook F1™ car will then race live against Lewis Hamilton on a secret racetrack. Who will finish first? 28.800 facebook members or Lewis Hamilton?
28.800 FACEBOOK MEMBERS
VS.
LEWIS HAMILTON MP4 - 23
TOTAL WEIGHT
288 MB
TOTAL WEIGHT
623 KG
28.800 X 10 KB
FACEBOOK PROFILE PICTURES
AVERAGE SIZE OF PROFILE PICTURE
POWERED BY
MERCEDES BENZ FO 108X 2.4 LITRES V8 ENGINE
POWERED BY
VODAFONE MOBILE BROADBAND USB MODEM
288 MB
2,7 KM
TERMS & CONDITIONS
power to you
vodafone

Pourquoi retenir cet exemple ?

Autre exemple d'événement original : l'opérateur de télécom Vodafone a proposé un challenge 2.0 au champion de F1 Lewis Hamilton. Une course de vitesse sur Facebook, entre une Formule 1 et les serveurs de l'opérateur : Vodafone a fait appel à 28 800 utilisateurs de Facebook pour contribuer à cette course, en leur demandant de télécharger leurs photos profils en même temps.

Lewis Hamilton devait parcourir 2,7 km en moins de temps qu'il ne faut aux serveurs de Vodafone pour uploader 28 800 photos profils Facebook. Pour la petite histoire, c'est Lewis Hamilton qui a gagné.

g) Privilégier la publication de statut avec des medias

Une publication en texte simple sera beaucoup moins cliquée qu'une publication contenant un lien ou un média (photo ou vidéo).[2]
Dans la mesure du possible et si cela a du sens, tâchez d'inclure photos et vidéos dans vos contenus. Ils seront plus agréables à consulter et généreront un taux d'engagement plus important (le double en général).

Exemple à ne pas retenir

only@virgin LA clé USB la plus tendance est à découvrir d'urgence sur
http://www.virginmega.fr/Evenementiel/ninjadriver/ninjadriver.htm
LA CLÉ USB NINJA DRIVER
13 652 impressions · 0,04% de feedback
18 décembre, 08:44 · J'aime · Commenter · Masquer le feedback (5) · Partager
5 personnes aiment ça.
Rédiger un commentaire...

Ce que le Community Manager aurait dû faire

Mettre un lien trackable (bit.ly), une photo plus visible du produit. Poser une question du type : « si vois deviez imaginer une clé USB déjantée, elle aurait quelle forme ? ».

[2] Source : http://www.businessinsider.com/how-facebook-decides-what-to-put-in-your-news-feed--these-10-secrets-reveal-all-2010-10

III. Comment gérer la modération de ma page ?

La première question que tous les décideurs marketing se posent avant de créer une page est la suivante : comment garder le contrôle de ce qui se dira sur ma page ? **Vous ne pourrez pas** garder un contrôle absolu de ce que diront vos fans, c'est une réalité à laquelle il va falloir s'habituer ! À partir du moment où vous décidez d'entrer dans un échange, vous ne pouvez pas avoir la certitude que chacune des publications de vos fans ira dans votre sens.

Il ne faut pas oublier que Facebook est une plateforme conversationnelle et que si vous n'êtes pas prêts (pour des questions de budgets, de ressources humaines, de stratégie de communication), ne vous lancez pas dans le vide.

Certes, vous pouvez décider de fermer le mur à vos fans, mais ceux-ci auront toujours la possibilité de commenter vos publications, sans que le commentaire ait un quelconque rapport avec votre publication initiale. En effet, les commentaires ne peuvent être désactivés.

En revanche, vous pouvez mettre en place des stratégies de communication et de modération qui vous permettront de ne plus craindre chaque publication sur votre mur.

Il n'existe pas de règle universelle qui s'appliquera à chacune de vos problématiques de modération. Cependant, vous pouvez mettre en place plusieurs actions qui feront de votre page une page correctement animée, gérée et modérée.

1. Les règles de base de la modération s'appliquent sur Facebook, comme ailleurs

a) Première étape indispensable : définissez les règles du jeu et publiez-les

Modérer c'est appliquer des règles. Ces règles doivent être claires pour votre audience, elles doivent également l'être pour vous et vos équipes si vous êtes plusieurs à intervenir sur votre page Facebook. Elles doivent aussi, et surtout, être brèves, hors de question de recopier la charte d'utilisation de votre site Internet et ses 10 pages de juridisme que personne ne lit jamais.

Il est recommandé de fixer des règles qui ne « musèlent » pas l'audience (si elle émet des critiques, par exemple) mais qui l'appellent à la modération dans ses propos et à un minimum de savoir vivre.

Vous pouvez publier ces règles dans un onglet spécifique ou dans l'onglet « infos », en tout état de cause, peu de monde ira les lire. Par contre, le fait qu'elles soient présentes sur la page vous permettra d'y faire référence en cas de situation délicate avec un fan indélicat. Vous pourrez y faire référence si vous avez à supprimer un contenu ou à rappeler à l'ordre un auteur de publication ou de commentaire.

Pour vous aider à rédiger vos propres règles, voici un modèle que nous utilisons systématiquement :

« Règles d'utilisation de la page [……]

Cette page Facebook est un lieu d'échange, elle est un moyen pour nous d'être à l'écoute de vos attentes : nous serons donc très heureux d'échanger avec vous et nous ferons tout notre possible pour répondre à vos sollicitations.

Nous vous rappelons cependant que si tous les membres de cette page sont libres de participer et de commenter les différentes publications, la diffusion d'une publication ou d'un commentaire sur Facebook est équivalente à une prise de parole publique. A ce titre, et pour garantir une ambiance de dialogue et de convivialité, Nous vous invitons à suivre quelques règles indispensables :

- *Les fans doivent s'engager à respecter les Conditions Générales d'Utilisation de Facebook qui régissent les interactions entre les utilisateurs et le site communautaire.*
- *La publication d'un contenu sur notre page vaut reconnaissance du caractère public de Facebook. En tant qu'utilisateur, vous êtes responsable de vos publications. Nous vous déconseillons donc de publier des données à caractère personnel ou qui pourraient engager votre responsabilité vis-à-vis de tiers.*
- *Il est préférable de publier des commentaires en lien avec les sujets abordés sur la page, et il est interdit de poster des publicités ou des liens vers des sites qui n'entreraient pas dans les thèmes de conversation de la page.*
- *Tout propos à caractère diffamatoire, raciste, agressif ou injurieux est interdit et sera supprimé sans préavis.*

Nous nous réservons le droit de supprimer tout contenu qui ne respecterait pas les conditions ci-dessus.

Soyons tolérants, respectueux et responsables, sur Facebook comme ailleurs ☺Merci de votre confiance [……] l'animateur de la page Facebook [……]»

b) Un fan se plaint, porte une réclamation : comment réagir ?

Par dépit, par rancune ou parce qu'il ne sait pas trop à qui s'adresser, un fan va poster un statut sur votre mur dans lequel il va se plaindre. Il est vrai qu'il n'est jamais agréable de voir des reproches publiés aux yeux de tous… Mais il y a là une opportunité d'agir positivement sur l'image de la marque en réagissant rapidement et efficacement.

Quels sont les outils et stratégies qui vont vous permettre de réagir **de façon concrète** ?

Avant de réinventer la roue, pourquoi ne pas commencer par utiliser le matériel existant ? Votre entreprise dispose peut être déjà d'une politique standard de gestion des réclamations, validée par les services concernés (service relation client / juridique / marketing). Celle-ci peut vous permettre de disposer d'une première trame quant à la posture à adopter en cas de réclamation sur vos produits/services.

Existe-t-il un numéro de téléphone SAV dédiée ? Un espace client en ligne qui leur permettra de contacter directement le service apte à lui venir en aide ?

Identifier ces sources de réponses en amont vous permettra de gagner en rapidité et évitera une trop longue attente, synonyme d'éventuelle impatience et rancœur du fan.

Cependant, une politique de gestion des plaintes reste théorique, il appartiendra au community manager de faire preuve de flexibilité face aux cas particuliers : une réponse trop générique (à la limite de la réponse automatique) pourrait énerver davantage le fan !

N'hésitez pas non plus à adapter votre stratégie de gestion des réclamations en fonction des spécificités de l'industrie dans laquelle vous évoluez : compagnie aérienne, site de e-commerce, vous êtes susceptible de subir les foudres de clients déçus. A vous de mettre en place une écoute attentive en les redirigeant vers les services utiles (téléphone, mail dédiés, voir une application de feedback au sein même de la page)

La réactivité sera donc votre meilleure alliée au risque de voir la plainte d'un fan dégénérer en une salve de reproches d'autres fans qui se seront engouffrés dans la brèche.

Autre écueil à éviter : choisir les plaintes auxquelles vous allez répondre… et laisser les autres sans réponses (parce qu'elles sont gênantes ou parce que vous ne savez pas comment aider la personne, faute de compétence dans le domaine précis) Le fan se sentira abandonné et comprendra que sa question « dérange » ou « embarrasse ». Ce favoritisme ne pourra qu'augmenter la rancune initiale et jettera de l'huile sur le feu. Même si vous ne connaissez pas immédiatement la réponse à apporter, accusez réception de la plainte du fan et tenez le au courant du suivi de son cas. Cette prise en charge rassurera le fan et le calmera souvent très vite. La solution de facilité serait celle de répondre uniquement aux plaintes qui génèreront le moins de controverses, mais cette apparente solution d'échappatoire pourrait entrainer une vraie colère des fans non pris en charge.

Dernier risque : céder à la tentation du ton « cour de récré ». Il peut arriver que certains de vos fans se rebellent, soient agressifs voire injurieux parce que déçus par les produits/services de la marque. La pire des réponses à leur faire serait de se mettre au même niveau. L'ambiance « c'est lui qui a commencé » ou « c'est ma page c'est moi qui commande » aurait un effet très contre-productif : vous risquez de vous attirez les foudres de l'ensemble vos fans (voire même de l'ensemble de la blogosphère qui se fera un plaisir de décortiquer vos erreurs : Kiabi et Nestlé s'en souviennent encore)
En tant que professionnel, vous avez une obligation : celle d'être plus intelligent, posé et « adulte » que l'internaute qui vous agresse.

Exemples à retenir

Sandra Bay je suis degouté ecoeuré d'avoir commandé chez vous ... ca fait depuis lundi que par telephone je vous appelle aucunes solutions de trouvé j'ai commandé le 12decembre un tel un abonnement et une ps3 on m'avais dit livraison 48 h
j'ai recu le tel et l'abonnement le 15 et le plus important la ps3 pour noel ...plus de nouvelles !!
on arrette pas de me dire que vous allez transmettre au responsable de la fnac qui le transferera au responsable phone and phone et rien toujours pas de play sur le site il disent livraison avant noel garantie .... vous vous renvoyé sans cesse la balle .. et moi toujours pas de play ! c'est inadmissible !!! meme pas de reponse noel c'est dans 2 jours et mon fils n'aura pas de cadeau a cause de vous !!!!!!!!
22 décembre 2010, 15:42 · J'aime · Commenter · Masquer le feedback (10)
2 personnes aiment ça.
Sandra Bay ah oui j'oubliais encaisser ca vous avez pas oublier ...
22 décembre 2010, 15:48 · J'aime · Signaler
Fnac Officiel Bonsoir Sandra,
Nous appuyons votre réclamation auprès du service client et vous tenons au courant,
Bien à vous,
La Fnac
22 décembre 2010, 17:49 · J'aime · Signaler
Sandra Bay je vous en serez vraiment reconnaisante surtout si en plus je peux l'obtenir ou la retirer directement en magasin ... j'espere que vous me donnerais une reponse demain sur l'evolution de cette facheuse affaire
cordialement Mr et Mme bay
22 décembre 2010, 19:35 · J'aime · Signaler
Sandra Bay afin de prouver votre bonne foi envoyer moi un mail afin que je puisse retirer la console directement demain en magasin ... ca doit bien pouvoir se faire et ensuite vous reglerez vos compte avec votre precieux partenaire phone and phone !! d'autant plus que demain les magasin fnac sont ouvert en nocture exceptionnelement demain
22 décembre 2010, 23:52 · J'aime · Signaler
Sandra Bay toujours pas de nouvelles et noel devant la porte
23 décembre 2010, 13:09 · J'aime · Signaler
Fnac Officiel Bonjour Sandra,
Nous avons essayé de vous joindre par téléphone ce matin en vain, nous réessayons. Bien à vous,
La Fnac
23 décembre 2010, 13:52 · J'aime · Signaler
Sandra Bay merci a mickael qui est entrain de faire le necessaire
23 décembre 2010, 14:39 · J'aime · Signaler
Sandra Bay merci a l'equipe de la fnac a mickael et sabrina .... qui ont reglé l'affaire j'ai enfin eu ma commande ce matin ...
affaire resolu grace a la fnac ;))
30 décembre 2010, 17:11 · J'aime · Signaler
Rédiger un commentaire...

Pourquoi retenir cet exemple ?

La Fnac a su répondre très vite à un message lancé sur le mur comme une bouteille à la mer deux jours avant Noël. Le community manager a personnalisé sa réponse mais a aussi pris en charge le dossier de la cliente en faisant immédiatement le lien avec le service client.

On sent une vraie mobilisation : « nous avons essayé de vous joindre par téléphone ».

La cliente initialement en colère prend le temps de remercier les personnes qui l'ont accompagnée dans la résolution de son problème.

Patrick Gras Bonjour, qu'en est-il du remboursement des billets des vols annulés le WE de noël ? Près de 3 semaines après, aucune nouvelle de vos services commerciaux ?
Hier, à 15:01
Air France @Patrick, nous avons lu votre message. Air France rembourse ses clients en application des conventions internationales. Toutefois en raison du caractère exceptionnel de l'épisode neigeux, nos services traitent actuellement un volume important de dossiers. Nous vous assurons que votre demande sera prise en compte et nous vous remercions vraiment de votre patience. Bonne soirée.
Il y a 23 heures · Signaler
Patrick Gras Merci de votre prompte réponse. Par ailleurs votre service clientèle m'a informé ce soir du traitement de ce dossier. Je confirme toutefois ma confiance dans la compagnie AirFrance, à laquelle je confierai de nouveau mes déplacements !
Il y a 21 heures · Signaler

Pourquoi retenir cet exemple ?

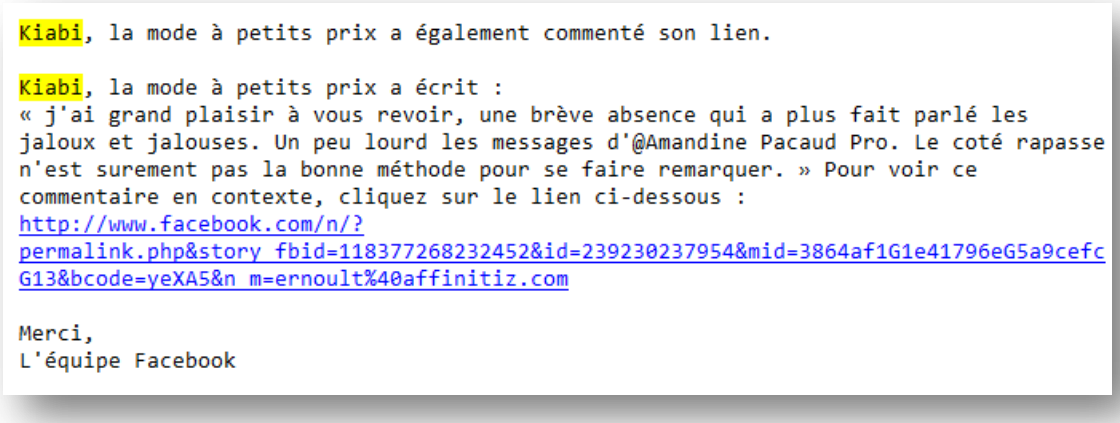
Les compagnies aériennes voient leurs murs de page Facebook assaillis par des réclamations en tout genre. Ce fan porte une réclamation : il est entendu rapidement. La prise en considération de la demande, l'explication pédagogique de la posture de la marque au sujet de la réclamation, la politesse et la posture humble font que cette plainte se « dégonfle » très vite, d'autant plus le suivi par le service clientèle a été assuré par la suite.

facebook
Recherche
Get Satisfaction
J'aime
Mur
Infos
Support
Twitter
Articles
Welcome
Ajouter à mes Pages favorites
Love your customers.
Informations
Adresse :
400 2nd St
San Francisco, CA, 94107
À propos de :
Love your customers.
4 753 personnes aiment ça
Amgad Krema
Yassir Elarbaoui
Shakil Shahadat
Abbas Dhuliawala
Matt Belford
Pim Baljon
Favoris
6 sur 20 pages
Afficher tout
CoTweet
Adaptive Path
Posit Science
Mad Mimi
Minecraft
4delite
Articles
3 sur 108 articles
Afficher tout
Get Satisfaction Reports Record Growth, Expansion into Salesforce.com and Facebook and a New VP of Sales
18 janvier 18:46 | 5 commentaires
The Web Is a Customer Service Medium
7 janvier 14:07
Love Your Customers
11 janvier 18:43
Photos
2 sur 6 albums
Afficher tout
Photos du mur
Ask a Question
Share an Idea
Report a Problem
Give Praise
Type your question here.
Ask a question. We'll look for answers.
Continue
Community Activity
Topics Posted 9,066
People 248,130
Employees 39
Latest Updates
Have no fear - the new help section is here!
Happy Holidays!
They really like you! Like button for Facebook is here
See All Updates
Recent Activity
Questions
Ideas
Problems
Praise
1 2 3 | See All
Companies using Get Satisfaction for facebook
Where can I find examples of companys using the get satisfaction tab?
Unanswered · Luis Verdejo asked Today · Comment · Share
1 person has this question · Me too
View all 2 Responses
Write a reply…
Can't close an account that was created using a 3rd party login option (OpenID/Facebook connect/Twitter/Google, etc)
I tried to close an getsatisfaction account which i signed up for using openID. For closing the current pw is required, in my case this doesn work because sign in works through openid instead of an getsatisfaction pw.
thanks for your time and assistance; Eric.
Pending · Elbenfreund reported Friday, December 5, 2008 · Comment · Share
36 people have this problem · Me too
View all 45 Responses
Write a reply…
How can community champs ban spammers?
Is there an email address or something that spammers can be reported to so Getsatisfaction will redact their posts and remove them from the site?
http://getsatisfaction.com/people/wan…
Is the type of thing I refer to.
Answered · Matt asked Tuesday, November 2 · Comment · Share
2 people have this question · Me too
View all 12 Responses
Write a reply…

Pourquoi retenir cet exemple ?

Pour la mise en place d'un onglet de support dédié : la marque a mis en place une application de support qui permet de désengorger le mur des questions/suggestions/réclamations.

Les exemples à ne pas reproduire



Kiabi, la mode à petits prix a également commenté son lien.

Kiabi, la mode à petits prix a écrit :
« j'ai grand plaisir à vous revoir, une brève absence qui a plus fait parlé les jaloux et jalouses. Un peu lourd les messages d'@Amandine Pacaud Pro. Le coté rapasse n'est surement pas la bonne méthode pour se faire remarquer. » Pour voir ce commentaire en contexte, cliquez sur le lien ci-dessous :
http://www.facebook.com/n/?permalink.php&story_fbid=118377268232452&id=239230237954&mid=3864af1G1e41796eG5a9cefcG13&bcode=yeXA5&n_m=ernoult%40affinitiz.com

Merci,
L'équipe Facebook

Ce que le Community Manager aurait dû faire

Dans ce cas précis, nous pouvons noter que ce commentaire n'est plus en ligne, signe que le community manager (ou sa direction) s'est rendu compte du ton très infantile et peu constructif d'un tel commentaire (sans mentionner son français approximatif).

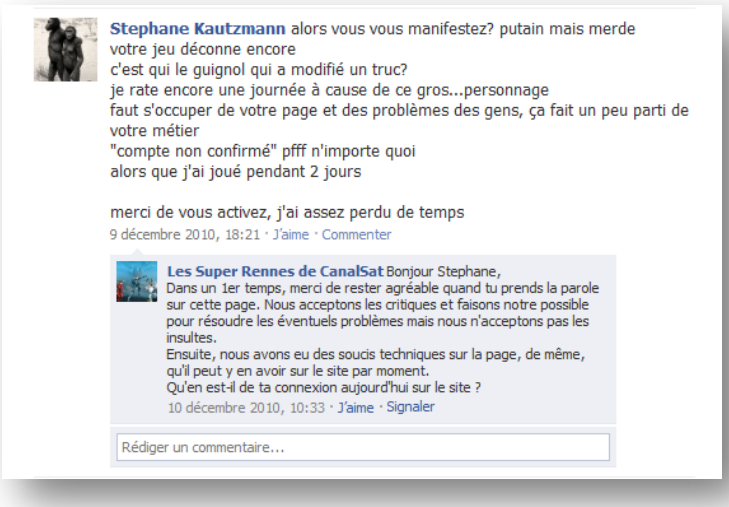
Cette aventure ne fait que confirmer que confier les rennes d'une page fan n'est pas un acte anodin : il faut réfléchir 2 fois avant de donner les droits d'administration de la page à une personne ayant peu de compétences en matière de modération et/ou n'ayant pas l'expérience de la marque pour pouvoir parler en son nom.

Filters
Nestle To repeat: we welcome your comments, but please don't post using an altered version of any of our logos as your profile pic - they will be deleted.
6 hours ago
12 people like this.
View previous comments
50 of 57
Nestle you have freedom of speech and expression. Here, there are some rules we set. As in almost any other forum. It's to keep things clear.
5 hours ago · Report
Paul Griffin Your page, your rules, true, and you just lost a customer, won the battle and lost the war! Happy?
5 hours ago · Report
Nestle Oh please .. it's like we're censoring everything to allow only positive comments.
5 hours ago · Report
Sara Bu Perche' cancellare i commenti ?
5 hours ago · Report
Joko Susanto hi.. kejayan factory is the best lho
5 hours ago · Report
Paul Griffin Don't beg, this debate for me is over, only boycotting your products will make you feel any pain I think, although your arrogance is quite extraordinary, it wasn't me that bought that palm oil!
5 hours ago · Report

Ce que le Community Manager aurait dû faire

Le cas de Nestlé est différent : on aborde ici la question de la posture de la marque. En adaptant un ton condescendant et en supprimant automatiquement des commentaires négatifs, la marque n'a fait que jeter de l'huile (de palme ? ;-) sur le feu. Nestlé fait (malheureusement pour eux) parti des célèbres exemples à ne pas reproduire. L'écoute reste une qualité essentielle, la diplomatie aussi.

Dans tous les cas il faut prendre du recul, être patient, zen, bref, éviter les excès de zèle sur un coup de tête.


Stephane Kautzmann alors vous vous manifestez? putain mais merde
votre jeu déconne encore
c'est qui le guignol qui a modifié un truc?
je rate encore une journée à cause de ce gros...personnage
faut s'occuper de votre page et des problèmes des gens, ça fait un peu parti de votre métier
"compte non confirmé" pfff n'importe quoi
alors que j'ai joué pendant 2 jours
merci de vous activez, j'ai assez perdu de temps
9 décembre 2010, 18:21 · J'aime · Commenter
Les Super Rennes de CanalSat Bonjour Stephane,
Dans un 1er temps, merci de rester agréable quand tu prends la parole sur cette page. Nous acceptons les critiques et faisons notre possible pour résoudre les éventuels problèmes mais nous n'acceptons pas les insultes.
Ensuite, nous avons eu des soucis techniques sur la page, de même, qu'il peut y en avoir sur le site par moment.
Qu'en est-il de ta connexion aujourd'hui sur le site ?
10 décembre 2010, 10:33 · J'aime · Signaler
Rédiger un commentaire...

Ce que le Community Manager aurait dû faire

Ici, nous faisons face à un comportement irrespectueux. En ne supprimant pas le message clairement injurieux et condescendant, le community manager laisse la porte ouverte à d'autres comportements du même type. Certes, il retoque gentiment le fan agressif en lui rappelant les règles d'intervention sur la page. Cependant, nous recommandons de ne pas laisser ce type de message sur la page de votre marque. Bien entendu, vous pouvez malgré tout poster une réponse qui explique d'une part les raisons de la suppression du commentaire injurieux et d'autre part les raisons du bug.

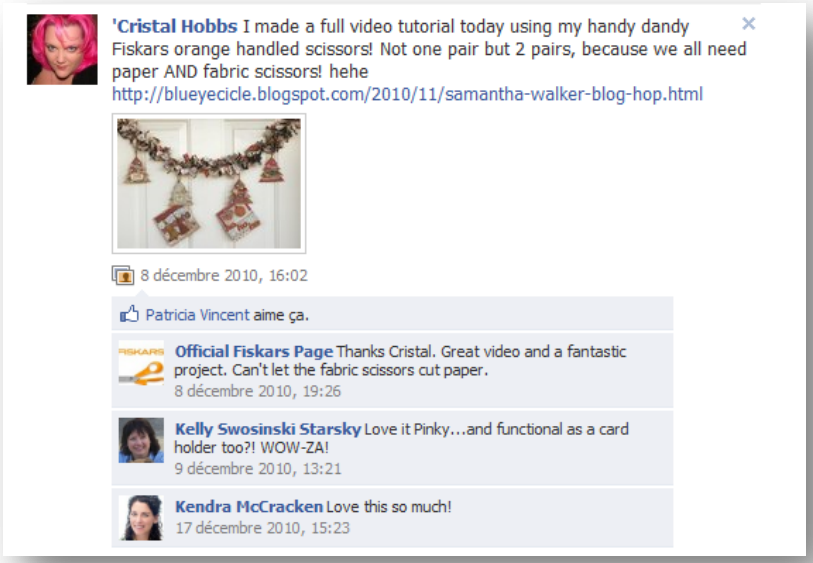
c) Miser sur la positivité de vos fans

Prendre en compte les plaintes des fans déçus ne signifie pas pour autant qu'il faille oublier les retours positifs de vos clients. Pourquoi s'en priver ? Après tout, un fan qui prend le temps de vous faire remonter un avis positif sur son expérience est un fan qui annonce à tous être un ambassadeur de la marque. Sans compter sur un élément non négligeable : lorsqu'un fan interagit sur votre page et poste un commentaire élogieux sur votre dernier produit, ce commentaire va vivre sur le mur de la page mais aussi (et surtout !) dans le fil d'actualités de ses amis. C'est ici une véritable chance d'élargir votre audience en touchant les amis de vos fans les plus satisfaits : il ne faut donc pas laisser ces publications pour lettre morte et toujours montrer comme la marque apprécie ces critiques positives.

Comment faire au quotidien ?

Il est moins compliqué de répondre à ces feedback positifs qu'à des réclamations ou des reproches, le tout étant de montrer de l'intérêt pour le message publié par le fan :
- utiliser un champ lexical amical et bienveillant, cela renforce les sentiments positifs pour la marque
- ne pas hésiter à rebondir sur les anecdotes, les histoires personnelles qu'ont les fans avec la marque
- féliciter les créations maisons autour de la marque (photos, vidéos dans le domaine des loisirs créatifs, des looks mode, etc.)

Exemples à retenir


'Cristal Hobbs I made a full video tutorial today using my handy dandy Fiskars orange handled scissors! Not one pair but 2 pairs, because we all need paper AND fabric scissors! hehe
http://blueyecicle.blogspot.com/2010/11/samantha-walker-blog-hop.html
8 décembre 2010, 16:02
Patricia Vincent aime ça.
Official Fiskars Page Thanks Cristal. Great video and a fantastic project. Can't let the fabric scissors cut paper.
8 décembre 2010, 19:26
Kelly Swosinski Starsky Love it Pinky...and functional as a card holder too?! WOW-ZA!
9 décembre 2010, 13:21
Kendra McCracken Love this so much!
17 décembre 2010, 15:23

Pourquoi retenir cet exemple ?

Le community manager s'adresse à la personne par son prénom et la félicite pour sa création. Il est toujours de bon ton d'encourager les fans qui postent des photos/vidéos mettant directement ou indirectement en scène vos produits. L'égo du fan sera flatté, c'est toujours un point positif pour vous.

Anthony Gabbay-Officiel Je suis allé hier au M&M's World de Broadway c'été super même si nos sacs m&m's on craqué à cause de l'énorme tempête de neige à New Work d'hier.
27 décembre 2010, 14:42 via iPhone · J'aime · Commenter
M&M's France Oulalala! Raconte un peu! Qu'est ce qui t'a le plus impressionné au M&M's World? :)
27 décembre 2010, 17:03 · J'aime · Signaler
Anthony Gabbay-Officiel J'ai adoré! Surtout le distributeur géant de M&M's de toute les couleurs, tout les gadgets à l'effigie M&M's et surtout les M&M's eux même. J'ai même pris une photo avec eux =D
31 décembre 2010, 17:29 · J'aime · Signaler
Rédiger un commentaire...

Pourquoi retenir cet exemple ?

La marque instaure un échange sur un retour d'expérience positif entre le fan et la marque. Le community manager demande à en savoir davantage, fait parler le fan. Il s'intéresse à l'anecdote offerte par le fan.

Bruno Boualache Coucou Mélanie , un grand merci pour ce moment prestigieux hier avec Shy'm !!! c'était magique j'en garderais un très bon souvenir...Vivement la diffusion .Bises
samedi, à 12:21
2 personnes aiment ça.
iDTGV Ravie que ça vous ait plu, j'aurais bien aimé voir ça :)
Si vous avez des photos, n'hésitez pas à les poster sur notre page !
samedi, à 13:34 · Signaler

Pourquoi retenir cet exemple ?

La community manager est déjà identifié par le fan (il connait son prénom), ce qui est un avantage dans l'humanisation de l'échange. De plus, elle partage la joie et la reconnaissance du fan et l'invite à poster des photos de l'événement : elle montre là son intérêt pour l'expérience qu'a eu un fan lors d'un événement organisé par la marque.

Exemple à ne pas reproduire

Anne Farcy Prtti j'aime easyJet et je voyage bc avec les autre compagnie nous aide pas pour profiter et voir le monde
13 janvier, 20:01 · J'aime · Commenter
Boucaud Thierry aime ça.
easyJet France Merci !
vendredi, à 12:13 · J'aime · Signaler
Anne Farcy Prtti ce que j'ai écrit est la verite je ne suis j'ammais monte sur un avion d'air france ma retraite n'aurai pas suffit rien que pour une aller
vendredi, à 16:30 · J'aime · 1 personne · Signaler
Anne Farcy Prtti ce que je souhaite que easy jet fasse une escale a florence, ou pescara ou foggia en italie en partant de paris ou avignon ou aix l
j'attend des info pour mieux profiter
vendredi, à 16:33 · J'aime · Signaler
easyJet France Vous pouvez vous tenir au courant des nouvelles destinations et être informée des promo en vous inscrivant sur notre site http://www.easyjet.com/asp/fr/membres/newmember.asp
Il y a 5 heures · J'aime · Signaler
Rédiger un commentaire...

Ce que le Community Manager aurait dû faire

La réponse apportée ici est beaucoup trop courte, on sent l'empressement du community manager. C'est dommage parce qu'il y avait une ouverture possible de discussion. *« Profiter de sa retraite en voyageant, voilà une excellente idée ! Quelle destination vous avez préférée ? Quelles sont celles planifiées pour vos futurs voyages ? L'Italie n'est pas encore au programme, mais n'hésitez pas à vous inscrire à notre NL pour vous tenir au courant de notre actualité »*

d) Répondre aux demandes d'information

De nombreux fans profiteront du mur de votre page pour vous poser des questions sur divers sujets, cela dépendra de l'industrie dans laquelle se trouve votre marque : horaires d'ouverture de magasin, précision sur un prix ou une réduction, question autour d'un nouveau produit, précision sur le mode d'emploi d'un produit, politique de recrutement de la société, etc.
Bien entendu, le community manager ne peut être un spécialiste de chaque domaine. Le but n'est pas forcément qu'il réponde directement à la question posée (s'il ne dispose pas encore de la réponse), le but est qu'il réponde rapidement quoiqu'il arrive : il peut alors rediriger le fan vers un service en ligne dédiée ou un service client (support mail ou téléphone), demander des précisions au fan pour cibler quel interlocuteur solliciter en interne.

Pourquoi faire (relativement) vite ? L'idéal est d'éviter que ce soit un autre fan qui réponde avant vous. La question initiale s'adressait à la marque. De plus, cela présente un double risque : si l'autre fan répond juste, vous passez pour un amateur incapable de gérer sa page, s'il répond à côté, ce sera à vous de corriger le tir afin de rétablir la vérité et d'éviter que la rumeur ne prenne de l'ampleur (Contredire un fan n'est pas forcément très agréable, pour vous comme pour lui.)
Les rumeurs les plus folles peuvent partir d'une information erronée émise par un fan (qui annoncera fièrement être certain de son information !)

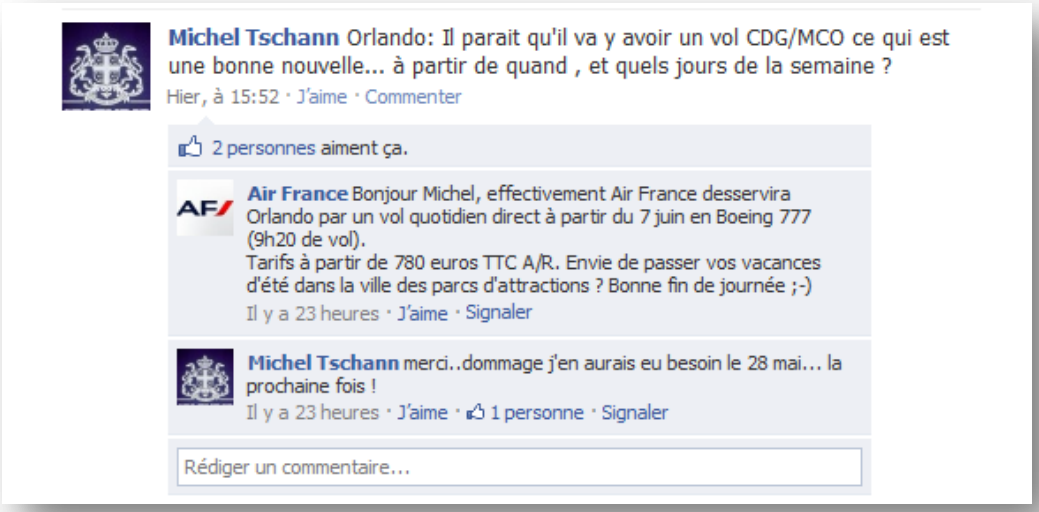
La plupart du temps, et si les choses sont correctement organisées, vous devrez rediriger les fans vers la bonne source d'information .Ce sont ici des occasions pour ouvrir la discussion sur le sujet : une demande sur les horaires d'ouverture du magasin pendant les soldes ? Répondre en demandant au fan de raconter quelle trouvaille il a faite au cours de sa séance de shopping.
Une question sur le mode d'emploi d'un outil Hi Tech ? Une fois la précision apportée, pourquoi ne pas demander un premier retour au client ? Est-il satisfait ?

Exemples à retenir

Alison Colquhoun Je vais voyager avec mon chihuahua. C'est gratuit si j'ai bien compris si il est dans une boite de transport? Pourrais-je le libérer pendant le trajet pour le mettre sur mes genoux?
10 janvier, 14:43
iDTGV C'est effectivement gratuit s'il voyage dans un contenant fermé. Par contre, vous ne pourrez pas le libérer pendant le trajet, il faudra qu'il reste dans son contenant.
10 janvier, 14:54 · Signaler
Alison Colquhoun Merci pour la réponse, est-ce valable aussi si je suis sur un siège 1 personne? :-)
Sinon, est-ce que le train s'arrête dans d'autrs gares entre Lille et Aix-en-Provence? Mon chien pourra t'il aller se dégourdir les pattes pendant les arrêts?
10 janvier, 15:11 · Signaler
iDTGV Si vous n'avez pas de supplément animal, il faut vraiment qu'il reste dans son contenant. Si vous prenez un supplément, il pourra être sur vos genoux, mais il faudra qu'il porte une muselière pendant tout le voyage (c'est une obligation de sécurité).
Le train s'arrête plusieurs fois, mais pas très longtemps à chaque fois, si jamais vous descendez il faudra faire attention à ne pas le manquer :)
10 janvier, 15:32 · Signaler

Pourquoi retenir cet exemple ?

La réponse a été très rapide et claire, le ton sympathique et bienveillant. (avec une petite pointe d'humour sur la fin)

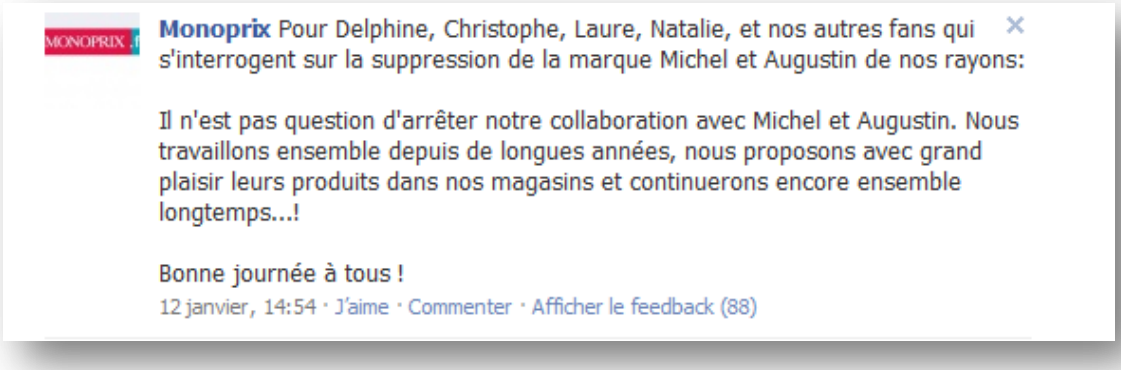

Michel Tschann Orlando: Il parait qu'il va y avoir un vol CDG/MCO ce qui est une bonne nouvelle... à partir de quand , et quels jours de la semaine ?
Hier, à 15:52 · J'aime · Commenter
2 personnes aiment ça.
Air France Bonjour Michel, effectivement Air France desservira Orlando par un vol quotidien direct à partir du 7 juin en Boeing 777 (9h20 de vol).
Tarifs à partir de 780 euros TTC A/R. Envie de passer vos vacances d'été dans la ville des parcs d'attractions ? Bonne fin de journée ;-)
Il y a 23 heures · J'aime · Signaler
Michel Tschann merci..dommage j'en aurais eu besoin le 28 mai... la prochaine fois !
Il y a 23 heures · J'aime · 1 personne · Signaler
Rédiger un commentaire...

Pourquoi retenir cet exemple ?

Le community manager a répondu rapidement. La réponse est très précise (celle apporte une vraie crédibilité quant aux informations données sur la page). De plus, le community manager profite de cette question pour ouvrir la discussion sur les loisirs offerts sur les lieux de la destination.

Exemple à ne pas reproduire

Natalie Blondin je me lance ...je ne suis pas une râleuse ...et je suis fidèle à monoprix tellement que collègues de bureau, amis et compagnon se paient régulièrement ma tête ...mais là groooosse erreur de comm' de votre acheteuse ! plus de michel & augustin, plus de supernat acheteuse compulsive dans les rayons des monop' parisiens ;)
9 janvier, 21:45 · J'aime · Commenter · Afficher le feedback (2)
Laure Mllt comment ça supprimer michel et augustin des rayons!?? les seuls produits naturels et non chimiques!!! rassurez nous! :'(
9 janvier, 21:33 · J'aime · Commenter · Afficher le feedback (4)
Christophe Giudici je crois que vous ne pouvez maintenant que soutenir la marque Michel et Augustin ! :)
9 janvier, 21:32 · J'aime · Commenter · Afficher le feedback (3)
Delphine Bonté Foviaux Si vous arrêtez Michel et Augustin vous allez perdre une super cliente méga fidèle depuis plus de 15 ans....
9 janvier, 21:16 · J'aime · Commenter · Afficher le feedback (3)


Monoprix Pour Delphine, Christophe, Laure, Natalie, et nos autres fans qui s'interrogent sur la suppression de la marque Michel et Augustin de nos rayons:
Il n'est pas question d'arrêter notre collaboration avec Michel et Augustin. Nous travaillons ensemble depuis de longues années, nous proposons avec grand plaisir leurs produits dans nos magasins et continuerons encore ensemble longtemps...!
Bonne journée à tous !
12 janvier, 14:54 · J'aime · Commenter · Afficher le feedback (88)

Ce que le Community Manager aurait dû faire

Suite à la diffusion d'un reportage tv, de nombreux fans de Monoprix se sont interrogés sur l'éventuel arrêt de la vente d'une marque de produit laitiers dans les rayons du supermarché. La rumeur a commencé à enfler sur la page et de nombreux fans ont fait part de leur inquiétude : il aura alors fallu 3 jours pour que Monoprix réponde et calme la rumeur. Rassurant mais un peu trop long…

e) Evacuer les *trolls*, spammeurs et autres fans indélicats

La gestion d'une page fan demande du temps, qui plus est lorsque la page commence à compter un nombre de fans important. Une modération peu réactive peut entrainer, au mieux, des questions laissées sans réponse, au pire, le « pourrissement » du mur par quelques râleurs ou facétieux.
L'image d'une page attaquée peut ruiner vos efforts d'acquisition de fans et d'ambassadeurs de la marque : c'est pour cela qu'une page doit s'ouvrir dans un cadre précis, avec une volonté d'animation et de suivi pérenne et non pas juste, parce que « il faut avoir sa page facebook ».

A vous donc de supprimer les statuts et commentaires hors sujets (spams, injures, etc.), susceptibles de nuire à l'image de la marque. A vous également de mettre en place une charte de bonne conduite visible de tous (par exemple dans l'encart situé dans la colonne de gauche sous l'image de profil). En misant sur la prévention et la pédagogie en amont, vous éviterez que des débordements aient lieux. N'oublions pas qu'un sentiment d'invulnérabilité anime la plupart de ces personnes : leur rappeler que leurs publications sont des prises de paroles publiques calmera leurs ardeurs.

Enfin, sachez que vos fans les plus fidèles calmeront les commentaires les plus injurieux : ne sous-estimez pas la capacité d'autorégulation des fans, sans pour autant ne miser que sur cette force. En termes d'outils, les fans disposent de la fonctionnalité qui permet de signaler une publication comme abusive (auprès de Facebook et non de l'administrateur de la page). Si plusieurs signalements sont remontés pour une même personne, il y a de bonnes chances pour que le compte soit désactivé.

Exemple à ne pas reproduire

Heidi Lapertot MERCI DE ME REPONDRE A MON DERNIER MESSAGE COORDIALEMENT
Il y a 19 heures · J'aime · Commenter
Cédric Blanche aime ça.
Cédric Blanche oui je confirme mr !!!!!!!!!!!!!!!! perssone sur le site ...
Il y a 6 heures · J'aime · Signaler
TCM, la chaîne du grand Cinéma Bonjour,
Nous sommes désolés d'avoir tardé à vous répondre.
Concernant votre question, vous avez en effet été classée 3ème le 31/12 mais vous n'aviez pas mentionné votre adresse email dans l'application... Facebook nous oblige, pour to...us l...
Afficher la suite
Il y a 2 heures · J'aime · Signaler
Cédric Blanche fuck !!!
Il y a 5 minutes · J'aime · Signaler
Rédiger un commentaire...

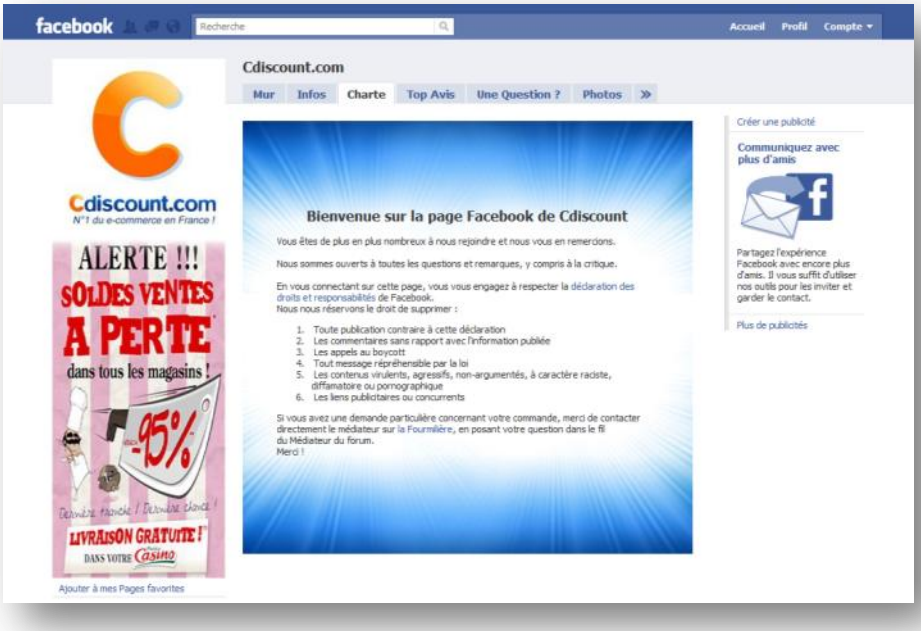
Ce que le Community Manager aurait dû faire

Pour le coup, ce n'est peut être pas forcément la responsabilité du community manager. ☺ Dispose-t-il d'assez temps pour gérer cette page ? N'a-t-il pas besoin d'un collègue pour la gérer « à quatre mains » ?

L'un des soucis principaux d'un administrateur de page réside dans le fait qu'il n'obtient aucune notification lorsqu'un nouveau commentaire ou statut est posté sur son mur. Il faut donc avoir le nez collé en permanence à sa page pour une modération très serrée.

La solution ? investir dans une application externe qui lui permettra d'être notifié à chaque publication. Une solution qui permet, certes, de connaitre en temps réel la vie de sa page, mais qui ne substituera pas au travail de gestion des fans râleurs/ insultants/hors sujet. **Gérer une page demande des ressources humaines significatives.**

Exemple à retenir



Pourquoi retenir cet exemple ?

Cdiscount a pris le parti de dédier un onglet pour présenter la charte de bonne conduite de la page. La marque prend la peine de rappeler qu'au-delà de sa propre charte, le fan doit respecter les règles du jeu mêmes de la plateforme Facebook.

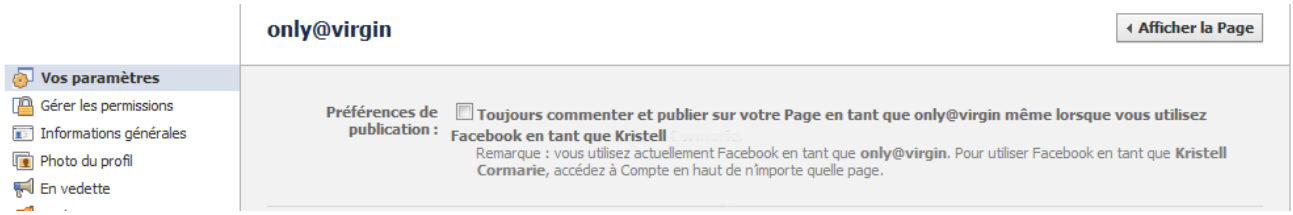
2. Les outils disponibles sur Facebook pour la modération

Facebook met à la disposition de tout administrateur de page une série d'outils qu'il est bon de maitriser pour optimiser la modération.

a) Les préférences de publication

Cette option permet à chaque administrateur de la page de décider s'il souhaite pouvoir publier à chaque fois en tant que compte « Profil » ou uniquement en tant que compte « Page », un très bon moyen d'être sûr que l'on parle à chaque fois au nom de la marque et pas en son nom, même si l'on est pas passé sur le compte propre de la page (le compte page sera abordé dans le paragraphe suivant)

Pour cela, il vous suffit de cliquer sur le bouton « Modifier la page » puis de vous rendre sur l'onglet « vos paramètres ».


only@virgin
Afficher la Page
Vos paramètres
Gérer les permissions
Informations générales
Photo du profil
En vedette
Préférences de publication :
Toujours commenter et publier sur votre Page en tant que only@virgin même lorsque vous utilisez Facebook en tant que Kristell
Remarque : vous utilisez actuellement Facebook en tant que only@virgin. Pour utiliser Facebook en tant que Kristell Cormarie, accédez à Compte en haut de n'importe quelle page.

b) Le compte page et le compte profil

Une des dernières nouveautés offertes par la mise à jour de Février 2011 réside dans la possibilité de passer du compte page au compte profil en clic. En d'autres termes, chaque page aura son compte propre : le compte page disposera donc son propre système de notifications pour suivre au plus près l'évolution du nombre de fans et l'activité de ces derniers (likes, commentaires et commentaires).

En cliquant sur l'onglet « Compte », vous pourrez en un clic changer de profil et « Utiliser facebook en tant que page »

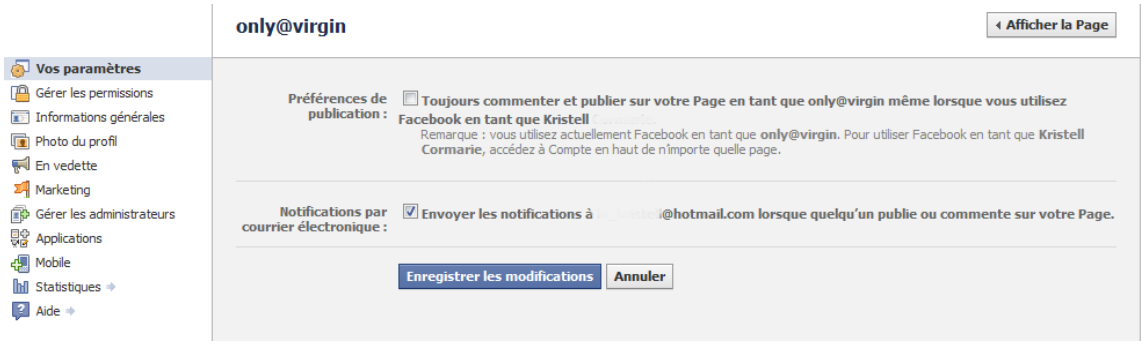
facebook
Recherche
Accueil
Profil
Compte
Notifications
Artiste Karéon aime votre statut.
Corinne Anconetani aime votre statut.
Virginie Kannapel aime votre lien.
Christelle Canet, Alexandra Santos et 9 autres amis aiment votre statut.
Tiago Sergio, Muriel Bremont et 3 autres amis ont commenté votre lien.
Hélène Fouricquet a commenté votre statut.
Elodie Lecerf, Virginie Valiere et 3 autres amis ont commenté votre lien.
Bresillia Franco, Solène Marié et 19 autres amis aiment votre lien.
Ma Daoulas et Virginie Valiere aiment votre commentaire : « @Elodie : Les résultats du jeu-concours… »
Modifier la Page
Administrateurs (7)
Afficher tout
Utiliser Facebook en tant que Kristell
Promouvoir avec une publicité
Afficher les statistiques
Astuces
Une publicité Facebook pourrait vous aider à faire découvrir votre Page.
Attirez plus de fans
Exemple de publicité : only@virgin
Le texte de votre publicité sera placé ici.
J'aime · Kristell Cormarie aime ça.

Cela présente un vrai plus pour le community manager : il pourra jongler plus aisément entre son compte personnel et le compte de la page et différencier ainsi les deux prises de paroles de façon

bien distincte. De plus, cela facilitera l'éventuel accueil personnalisé que le community manager souhaiterait réserver aux derniers fans inscrits.

c) La notification par mail

La notification par mail, proposée seulement depuis Février 2011 aux administrateurs de page, permettra au community manager d'être alerté dès qu'une action (commentaire ou publication) sera faite sur son mur.


only@virgin
Afficher la Page
Vos paramètres
Gérer les permissions
Informations générales
Photo du profil
En vedette
Marketing
Gérer les administrateurs
Applications
Mobile
Statistiques
Aide
Préférences de publication :
Toujours commenter et publier sur votre Page en tant que only@virgin même lorsque vous utilisez Facebook en tant que Kristell
Remarque : vous utilisez actuellement Facebook en tant que only@virgin. Pour utiliser Facebook en tant que Kristell Cormarie, accédez à Compte en haut de n'importe quelle page.
Notifications par courrier électronique :
Envoyer les notifications à @hotmail.com lorsque quelqu'un publie ou commente sur votre Page.
Enregistrer les modifications
Annuler

Cette fonctionnalité, réclamée depuis longtemps par de nombreux community managers, est certes, une avancée pour faciliter le travail de modération. Cependant, cette fonctionnalité ne peut se suffire à elle-même pour gérer une page très active. En effet, la seule fréquence possible de réception des notifications Facebook est la notification instantanée… Les boites mail des administrateurs de page ayant une forte activité vont vite exploser. Le choix d'une fréquence personnalisée (un mail par heure par exemple) aurait été un plus.

Autre limite aux notifications facebook : les mails reçus ne reprennent que le contenu posté par le fan (sans le mettre en contexte). Or lire un commentaire sans publication de référence revient à obliger le community manager à se rendre sur la page pour en comprendre le sens… une vrai perte de temps !

facebook
Bonjour Kristell,
Christophe D a commenté le statut de Oney - Banque Accord.
Voir le commentaire
Christophe a écrit : « La simplicité de transformation de notre carte privative en carte bancaire sans frais »
Voir le fil de commentaires
Répondez à ce message électronique pour commenter ce statut.
Merci,
L'équipe Facebook

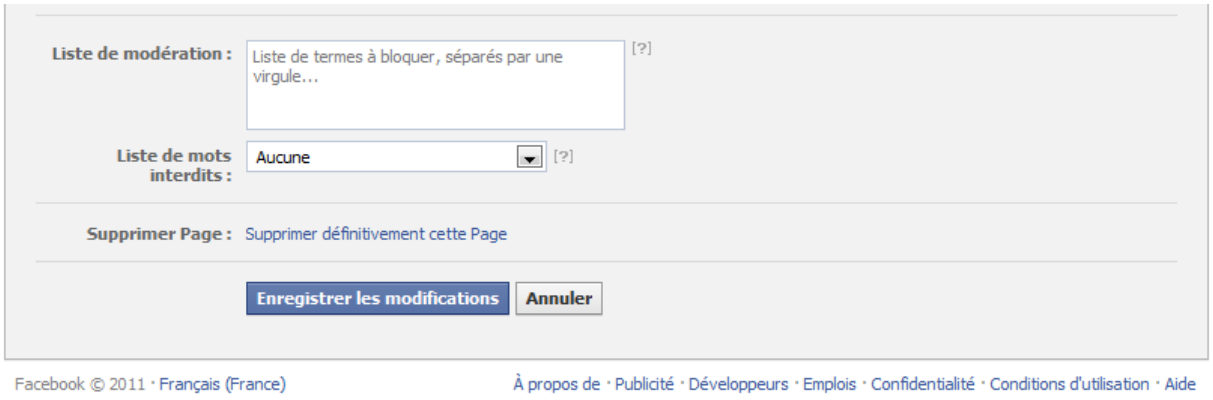
D'autres outils, comme *Hyper Alerts*, proposeront des notifications plus complètes qui mettront correctement en contexte les nouveaux commentaires. Nous aborderons d'ailleurs plus amplement le cas de cet outil dans la section « Les applications de modération tierces : un incontournable pour les pages actives »

HyperAlerts
3 new comments
Oney - Banque Accord
Vous avez découvert jeudi le premier épisode (en exclusivité) de notre série de vidéo : " 59 secondes pour comprendre". Quels autres thèmes souhaiteriez vous comprendre en 59 secondes ?
16:54, Feb 22 · View whole post
Christelle D les frais bancaires
17:02, Feb 22
Christophe D La simplicité de transformation de notre carte privative en carte bancaire sans frais
18:53, Feb 22

d) La modération automatique

Autre option fraichement proposée par Facebook : la modération automatique. Les administrateurs de la page ont donc la possibilité d'entrer une liste de mots-clés séparés par une virgule dans le champ *liste de modération*. Les publications ou les commentaires sur votre Page qui contiendront des mots-clés interdits seront automatiquement classés en publications masquées.

De plus, Facebook propose une liste de mots interdits, avec trois choix : « Aucune », « Moyenne » ou « Elevée ». Facebook bloquera alors les mots et les phrases les plus fréquemment signalés par les membres de sa communauté.


Liste de modération :
Liste de termes à bloquer, séparés par une virgule...
[?]
Liste de mots interdits :
Aucune
[?]
Supprimer Page :
Supprimer définitivement cette Page
Enregistrer les modifications
Annuler
Facebook © 2011 · Français (France)
À propos de · Publicité · Développeurs · Emplois · Confidentialité · Conditions d'utilisation · Aide

Nous restons quelques peu sceptiques vis-à-vis des outils de modération automatisés : nous pensons que de nombreuses erreurs peuvent être commises par des outils qui ne sont pas en mesure d'analyser le contexte d'utilisation d'un mot ou d'une expression et que l'analyse humaine reste la meilleure des modérations. C'est le fruit de notre expérience. De plus, dans le cas de l'outil proposé par Facebook, vous êtes en face d'une boite noire et n'avez aucune idée sur les mots ou expressions compris dans cette liste. Le risque d'erreur est donc réel et non maîtrisé.

e) Le filtre « publications masquées »

En tant qu'administrateur d'une page, vous avez accès à un filtre de publications que les fans ne voient pas : le filtre « publications masquées ». Une publication considérée comme indésirable par Facebook (ils ne précisent pas comment ils effectuent le tri entre les publications indésirables et les autres) sera directement écartée. La publication est supprimée du mur de la page et n'est plus visible par aucun utilisateur hormis celui qui a publié le contenu en question et ses ami(e)s. Les administrateurs de la page peuvent eux afficher la publication en cliquant sur le filtre « Publications masquées » grâce à la « Vue administrateur ».

Comment annuler le signalement d'une publication comme indésirable ? (oui Facebook peut se tromper !) :

Les administrateurs de la page peuvent contrôler totalement l'annulation du signalement des publications qu'ils ne jugent pas indésirables.

1. Passez le curseur de votre souris sur la publication dont vous souhaitez annuler le signalement comme indésirable.
2. Cliquez sur le symbole "x" qui s'affiche dans l'angle supérieur droit du message.
3. Cliquez sur l'option Montrer la publication.

f) La suppression d'une publication sur le mur

Si vous avez décidé d'ouvrir votre mur à vos fans, ils auront la possibilité de poster autant de publications qu'ils le souhaitent. Il arrivera parfois que celles-ci ne respectent pas votre charte de bonne conduite, auquel cas la suppression immédiate sera l'unique solution.

Pour cela, il vous suffira de cliquer sur la croix en regard de la publication .Vous aurez alors 4 possibilités :

- *supprimer la publication* : vous la supprimez simplement du mur, sans exclure le fan ou classer la publication dans « messages indésirables ». Cette solution est à utiliser en cas d'insulte, de propos diffamatoire ou autres. Il est toutefois de bon ton d'expliquer pourquoi la publication a été supprimée.

-*retirer la publication et bannir l'utilisateur* : vous supprimez la publication et vous décidez d'exclure le fan de votre page. Cette solution peut être mise en œuvre lorsqu'un un fan est clairement identifié comme un troll ou spammeur.

- *masquer la publication* : la publication ne sera plus visible sur le mur par les fans, excepté pour l'auteur de la publication et ses amis. Vous retrouverez la publication grâce au filtre « messages indésirables ». C'est une bonne alternative si vous ne voulez pas vexer le fan qui a mis en ligne une publication hors sujet mais pas franchement nuisible. Lui ne verra pas la différence, mais les autres fans ne verront pas la publication !

- *signaler comme abusif* : vous remontez l'information auprès de Facebook directement. Nous ignorons dans quelle mesure ce signalement aura un impact réel, mais cela peut être utile en cas de comportement raciste, homophobe, etc.

g) La suppression d'un commentaire

Techniquement, vous ne pourrez pas empêcher que les fans commentent vos publications : c'est la base de tout ! Il vous faudra donc faire preuve de vigilance.

Pour supprimer un commentaire, il vous suffira de cliquer sur la croix en regard dudit commentaire. Un simple message de confirmation vous sera affiché : il n'y a pas la possibilité de placer un commentaire jugé indésirable dans la partie « publications masquées », ce n'est valable que pour les publications.

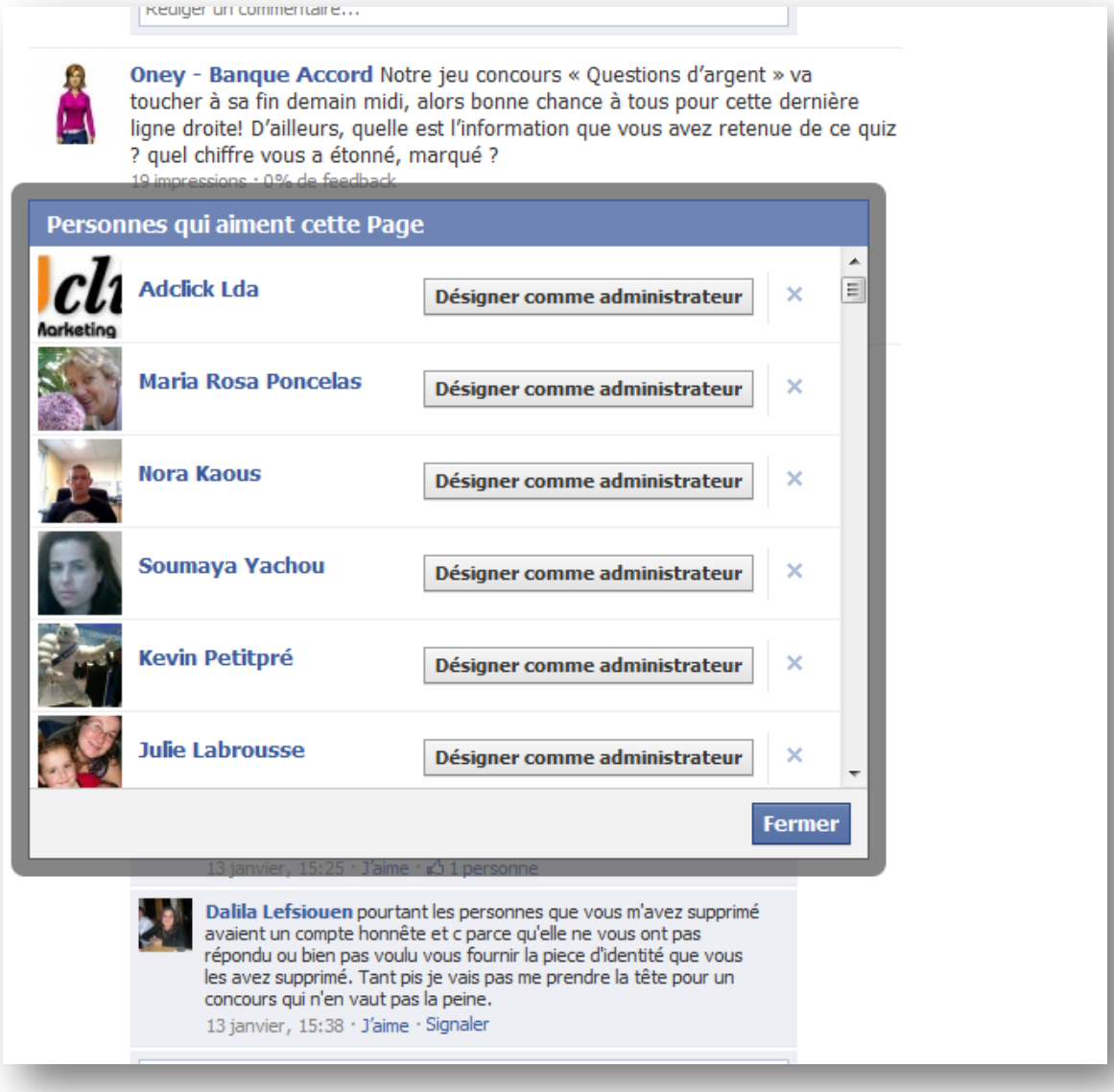
facebook
Recherche
Accueil
Profil
Compte
only@virgin C'est bientôt la St Valentin ! Qu'allez-vous lui offrir et surtout, qu'espérez-vous recevoir !?
Mur
Infos
Jeux-concours
Live@Virgin
Vidéo
Photos
Supprimer le commentaire
Souhaitez-vous vraiment supprimer ce commentaire ?
Supprimer
Annuler
qu'espérez-vous recevoir !?
4 720 impressions · 1,08% de feedback
Hier, à 10:12 · J'aime · Commenter · Masquer le feedback (30) · Faire la promotion
16 personnes aiment ça.
Afficher les 14 commentaires
Marilou Ac J'attends l'homme : d'ici la Saint Valentin : ça fait court
Hier, à 16:42 · J'aime · Signaler
Créer une publicité
Communiquez avec plus d'amis
Partagez l'expérience Facebook avec encore plus d'amis. Il vous suffit d'utiliser nos outils pour les inviter et garder le contact.
Plus de publicités

h) La suppression d'un fan

Dans certains cas, vous serez amenés à supprimer des fans de votre page. Pour ce faire, vous aurez deux biais :

- via l'encart des fans : solution assez délicate car il n'y a pas de champs de rechercher par nom. Vous devrez donc rechercher le fan à la main. Les fans sont classés selon une logique non communiquée (derniers inscrits ?) et non de manière alphabétique. De plus, il n'y a pas de numérotation de page : vous voyez simplement le lien *suivant* et vous ne savez pas jusqu'où vous pouvez aller (surtout si votre page compte des milliers de fans !)

Une fois le fan trouvé, il vous suffit de cliquer sur la croix en regard du fan et de confirmer votre demande, en prenant le temps de préciser si vous souhaitez le supprimer ou l'exclure définitivement.


Rédiger un commentaire...
Oney - Banque Accord Notre jeu concours « Questions d'argent » va toucher à sa fin demain midi, alors bonne chance à tous pour cette dernière ligne droite! D'ailleurs, quelle est l'information que vous avez retenue de ce quiz ? quel chiffre vous a étonné, marqué ?
19 impressions · 0% de feedback
Personnes qui aiment cette Page
Adclick Lda
Désigner comme administrateur
Maria Rosa Poncelas
Désigner comme administrateur
Nora Kaous
Désigner comme administrateur
Soumaya Yachou
Désigner comme administrateur
Kevin Petitpré
Désigner comme administrateur
Julie Labrousse
Désigner comme administrateur
Fermer
13 janvier, 15:25 · J'aime · 1 personne
Dalila Lefsiouen pourtant les personnes que vous m'avez supprimé avaient un compte honnête et c parce qu'elle ne vous ont pas répondu ou bien pas voulu vous fournir la piece d'identité que vous les avez supprimé. Tant pis je vais pas me prendre la tête pour un concours qui n'en vaut pas la peine.
13 janvier, 15:38 · J'aime · Signaler

Oney - Banque Accord Notre jeu concours « Questions d'argent » va toucher à sa fin demain midi, alors bonne chance à tous pour cette dernière ligne droite! D'ailleurs, quelle est l'information que vous avez retenue de ce quiz ? quel chiffre vous a étonné, marqué ?
19 impressions · 0% de feedback
14 janvier, 16:13 · J'aime · Commenter · Faire la promotion
8 personnes aiment ça.
Supprimer
Vous essayez de retirer Marvyn Sainte-Luce de cette page. Souhaitez-vous vraiment supprimer Marvyn Sainte-Luce ?
Exclure définitivement
Supprimer
Annuler
n'hésitez pas à nous le signaler par retour d'email.)
Continuez donc à inviter vos amis. ...
Afficher la suite
13 janvier, 10:21 · J'aime · Commenter · Faire la promotion
8 personnes aiment ça.
Afficher les 5 commentaires

- depuis une publication dudit fan : cliquez sur *retirer la publication et bannir l'utilisateur* (cf. paragraphe précédent)

- depuis un commentaire dudit fan : cliquez sur *signaler* à côté du commentaire. Préciser ensuite la raison de ce signalement et cocher la case « bannir cette personne de cette page facebook de façon définitive et supprimer tout ce qu'elle a publié »

de pouce nécessaire pour les dépenses de fin d'année :-)
11 janvier, 15:46 · J'aime · 1 personne
Rédiger un commentaire...
Oney - Banque Accord 2010 s'achève et vous êtes plus de 5000 à nous avoir rejoints. Merci !
Signaler cette publication
Tous les rapports sont strictement confidentiels. Quelle est la meilleure description de cet élément ?
Spam ou arnaque
Discours incitant à la haine ou attaquant directement un individu
Violence, crime ou suicide/blessures à son propre encontre
Nudité, pornographie ou autres contenus de nature sexuelle
Bannir cette personne de cette page Facebook de façon définitive et supprimer tout ce qu'elle a publié.
Envoyer
Annuler
jeu sur notre jeu concours.
29 décembre 2010, 16:59 · J'aime · Commenter · Faire la promotion
Emeric Ernoult et 33 autres personnes aiment ça.
Ghislaine Roussel J'ai fait mieux 158 points et toi
30 décembre 2010, 07:36 · J'aime · Signaler

Bien entendu, les outils fournis par Facebook présentent leurs limites : les notifications par mail sont notamment très limitées dans leurs formes et les outils de modération automatiques sont de nouvelles options encore peu testées par la communauté de community manager.

Ces limites s'avèrent d'autant plus vrai lorsque vous devez gérer une page avec beaucoup de fans et/ou lorsque vous traitez de thèmes potentiellement sujets à débats.

En clair, c'est une bonne option pour les pages sans aucun budget, mais les limitations s'avèreront vite problématiques. Parmi les solutions gratuites, hyper alert s'avèrera plus efficace et plus lisible (voir plus loin) et si vous pouvez dépenser quelques dizaines d'euros par mois, les solutions payantes s'avèreront bien plus pratiques et efficaces.

3. Les applications de modération tierces : un incontournable pour les pages actives

Comme nous venons de le voir, les outils de modération offerts en standard par Facebook vont rapidement s'avérer insuffisants si l'activité de votre page se développe. Il n'est pas concevable d'avoir à passer ses journées connecté sur sa page pour tenter de retrouver manuellement les dernières publications et derniers commentaires de vos fans.

Pas plus qu'il n'est concevable de ne pas pouvoir identifier rapidement les questions qui attendent une réponse, les problèmes soulevés qui méritent d'être réglés, bref, les retours de vos fans qui, si vous y répondez efficacement, peuvent améliorer vos ventes et votre image.
Ces applications de gestion / modération vous permettront de gérer au mieux vos pages fan en vous simplifiant la vie grâce à des fonctionnalités qui vous avertiront en cas de nouveau message, effaceront les messages indésirables, marqueront les messages contenant certains mots-clés, etc. Le but est de vous faire gagner en efficacité et surtout de gagner du temps. Le temps étant de l'argent, le coût de ces applications peut rapidement s'amortir en vous faisant gagner plusieurs heures de travail chaque semaine.

Il existe schématiquement deux types d'application de gestion / modération de pages Facebook : celles qui ne font que de la gestion / modération des contenus publiés et celles qui font beaucoup plus (statistiques avancées, gestion de vos comptes Twitter, identification de vos fans actifs, etc.).

La première catégorie n'offrira pas beaucoup plus que la modération et la gestion de votre page Facebook, mais le coût sera abordable, à partir de 29€ / mois pour la moins cher, jusqu'à 400 à 500 € pour une page à l'activité « moyenne » et 2 à 3 administrateurs.

La seconde catégorie d'applications est plus onéreuse et ne sera adaptée que pour les marques qui ont une présence confirmée et significative sur Facebook. Comptez au moins 1.500 à 2.500 € / mois (tarifs planchers).

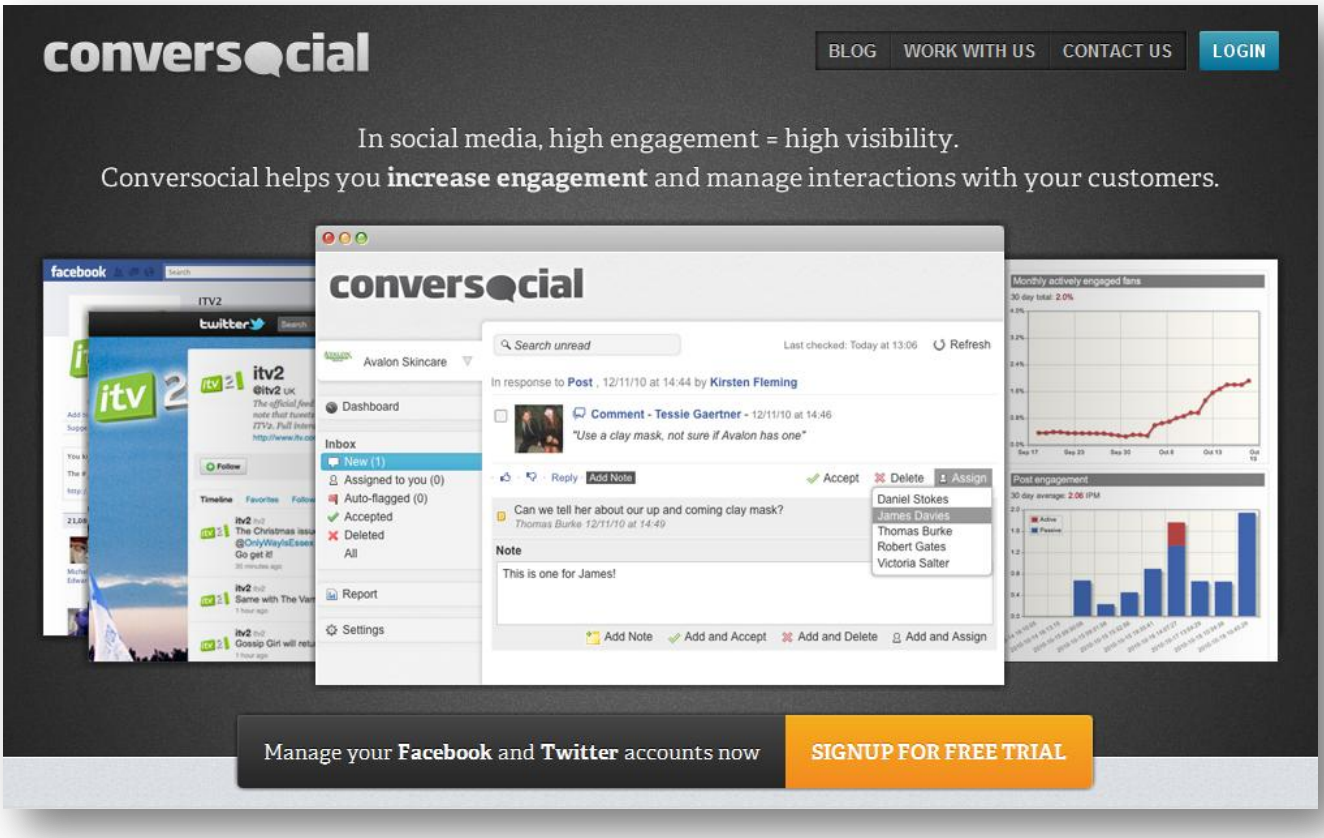
a) Les applications de gestion modération simples

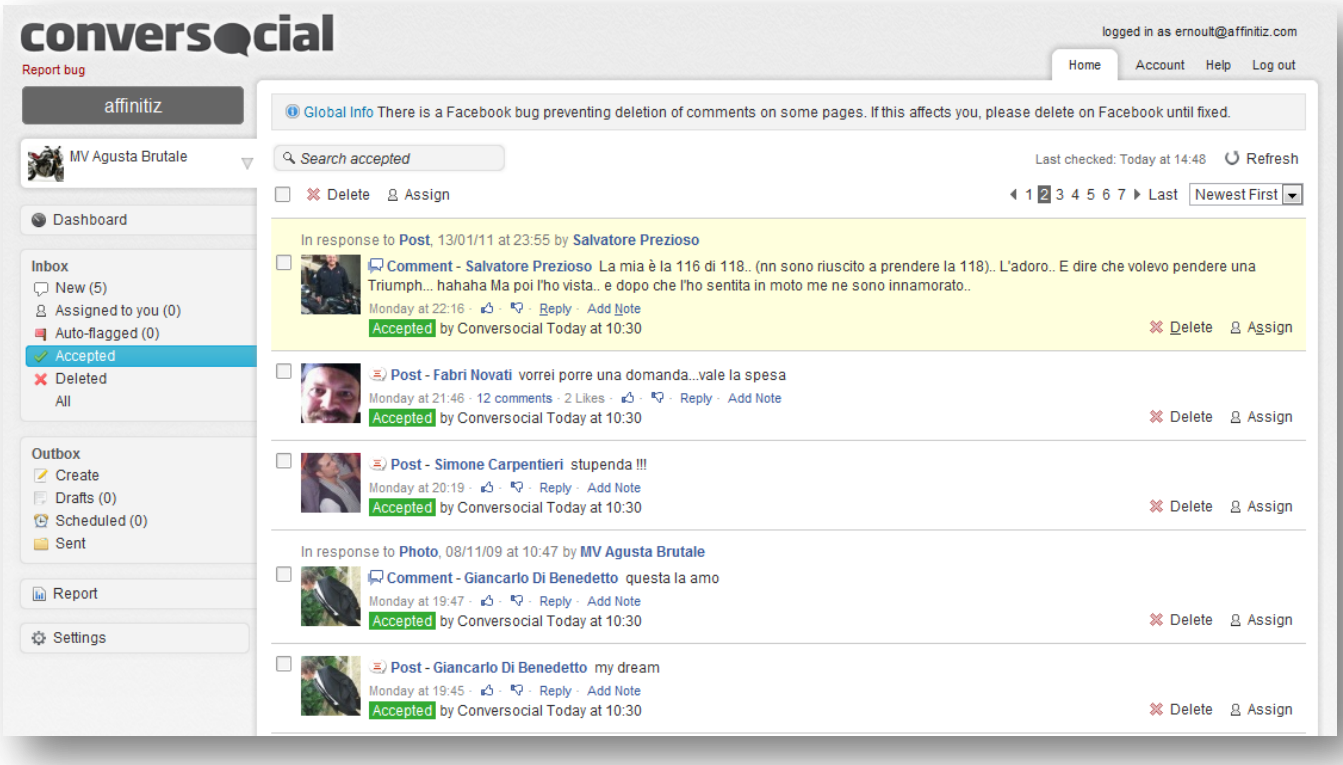
i) Conversocial

Conversocial est l'une des dernières applications de Backoffice de modération apparue sur le marché. L'interface est perfectible mais relativement lisible. Ils ont certaines particularités telles que la possibilité de comparer son activité avec les pages de ses concurrents ou de noter manuellement les commentaires positifs et négatifs qui nous paraissent intéressantes.

En particulier, vous pouvez :

- Recevoir des alertes emails en cas de nouvelles publications, lesquelles alertes sont largement paramétrables ;
- Créer une liste de mots-clés à surveiller, comme les noms de vos concurrents, par exemple ;
- Assigner une publication ou un commentaire à l'un des utilisateurs, si vous êtes plusieurs à modérer la page ;
- Sauvegarder les publications ou commentaires supprimés, ce qui peut être intéressant en cas de conflit avec un « fans » ;
- La possibilité de pré-créer des publications et de programmer leur publication pour plus tard.


conversocial
BLOG
WORK WITH US
CONTACT US
LOGIN
In social media, high engagement = high visibility.
Conversocial helps you increase engagement and manage interactions with your customers.
Manage your Facebook and Twitter accounts now
SIGNUP FOR FREE TRIAL


conversocial
Report bug
logged in as ernoult@affinitiz.com
Home
Account
Help
Log out
affinitiz
Global Info There is a Facebook bug preventing deletion of comments on some pages. If this affects you, please delete on Facebook until fixed.
MV Agusta Brutale
Search accepted
Last checked: Today at 14:48
Refresh
Delete
Assign
Newest First
Dashboard
Inbox
New (5)
Assigned to you (0)
Auto-flagged (0)
Accepted
Deleted
All
Outbox
Create
Drafts (0)
Scheduled (0)
Sent
Report
Settings
In response to Post, 13/01/11 at 23:55 by Salvatore Prezioso
Comment - Salvatore Prezioso La mia è la 116 di 118.. (nn sono riuscito a prendere la 118).. L'adoro.. E dire che volevo pendere una Triumph... hahaha Ma poi l'ho vista.. e dopo che l'ho sentita in moto me ne sono innamorato..
Monday at 22:16 · Reply · Add Note
Accepted by Conversocial Today at 10:30
Post - Fabri Novati vorrei porre una domanda...vale la spesa
Monday at 21:46 · 12 comments · 2 Likes · Reply · Add Note
Post - Simone Carpentieri stupenda !!!
Monday at 20:19 · Reply · Add Note
In response to Photo, 08/11/09 at 10:47 by MV Agusta Brutale
Comment - Giancarlo Di Benedetto questa la amo
Monday at 19:47 · Reply · Add Note
Post - Giancarlo Di Benedetto my dream
Monday at 19:45 · Reply · Add Note

Adresse : http://hello.conversocial.com/hello/

Tarifs : Aucune information sur les tarifs sur le site. Cependant, d'après les blogueurs ayant testé l'application, les tarifs oscilleraient de 50 à 2.000 € / mois.

Notre impression : Une application qui ne fait (presque) que de la modération mais qui la fait bien. Si vous recherchez un backoffice complet avec des statistiques riches et détaillées et une intégration avec d'autres applications, Buddy media et Involver AMP sont mieux outillés, mais aussi beaucoup plus chers. Si vous n'êtes intéressés (principalement) que par la modération, conversocial est le meilleur choix. Vous pouvez demander un compte de test gratuit pendant 14 jours, n'hésitez pas.

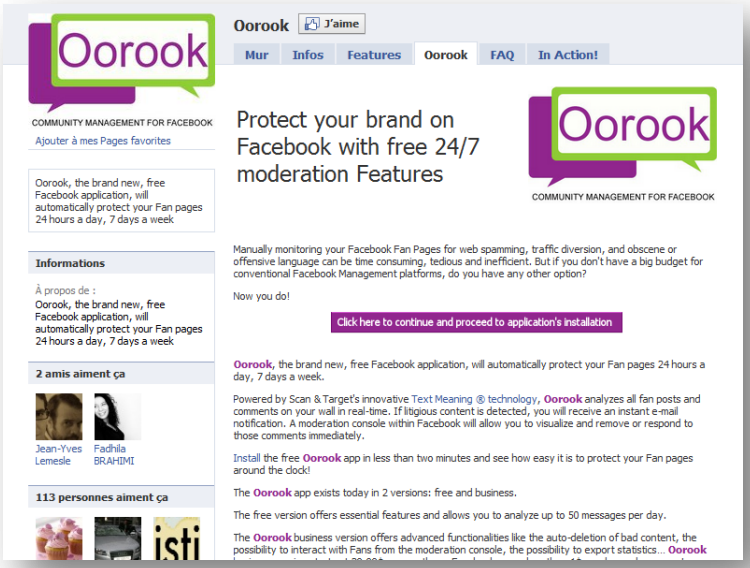
ii) Oorook

Oorook est une application Facebook développée par un acteur de la modération Français présent sur ce marché depuis de nombreuses années : Scan & Target. Spécialisé à l'origine sur les outils de modération automatisés sur les forums, chat et autres applications web communautaires, il était assez naturel qu'ils adaptent leur technologie sur Facebook.

Oorook vous permet de modérer plusieurs pages depuis une seule console, laquelle se situe sur Facebook. Il faudra donc se connecter sur Facebook pour y accéder. Par contre, même si l'outil relève tous les contenus des pages, il ne vous alerte par email que pour les contenus potentiellement « mauvais ». Le service attendu ne l'est donc que partiellement. De plus, le tri entre les « bons » et

les « mauvais » contenus est fait par un programme informatique, ses résultats sont parfois assez aléatoires.

Mais, malgré ses imperfections, c'est la seule solution abordable du marché à ce jour.


Oorook
J'aime
Mur
Infos
Features
Oorook
FAQ
In Action!
COMMUNITY MANAGEMENT FOR FACEBOOK
Ajouter à mes Pages favorites
Oorook, the brand new, free Facebook application, will automatically protect your Fan pages 24 hours a day, 7 days a week
Informations
À propos de :
Oorook, the brand new, free Facebook application, will automatically protect your Fan pages 24 hours a day, 7 days a week
2 amis aiment ça
Jean-Yves Lemesle
Fadhila BRAHIMI
113 personnes aiment ça
Protect your brand on Facebook with free 24/7 moderation Features
Oorook
COMMUNITY MANAGEMENT FOR FACEBOOK
Manually monitoring your Facebook Fan Pages for web spamming, traffic diversion, and obscene or offensive language can be time consuming, tedious and inefficient. But if you don't have a big budget for conventional Facebook Management platforms, do you have any other option?
Now you do!
Click here to continue and proceed to application's installation
Oorook, the brand new, free Facebook application, will automatically protect your Fan pages 24 hours a day, 7 days a week.
Powered by Scan & Target's innovative Text Meaning ® technology, Oorook analyzes all fan posts and comments on your wall in real-time. If litigious content is detected, you will receive an instant e-mail notification. A moderation console within Facebook will allow you to visualize and remove or respond to those comments immediately.
Install the free Oorook app in less than two minutes and see how easy it is to protect your Fan pages around the clock!
The Oorook app exists today in 2 versions: free and business.
The free version offers essential features and allows you to analyze up to 50 messages per day.
The Oorook business version offers advanced functionalities like the auto-deletion of bad content, the possibility to interact with Fans from the moderation console, the possibility to export statistics... Oorook

Adresse : http://www.facebook.com/pages/Oorook/116578501734185

Tarifs : Il existe une offre gratuite limitée à 50 messages par jour, il faudra ensuite débourser 29$ par mois pour 250 messages par jour et 4.500$ par an pour une page plus active.

Notre impression : L'application présente de (trop) nombreux défauts pour être vraiment recommandée à ce stade : l'interface est plus que moyenne, la modération étant totalement automatisée, les résultats sont souvent très surprenants, surtout en multilingues, les alertes emails ne vous donne pas le contenu des publications, vous obligeant à vous rendre systématiquement sur l'application, bref, après quelques jours de tests, nous l'avons abandonnée. Elle reste cependant une option gratuite (ou très peu chère : 29€ / mois) et minimaliste si vous voulez être alerté du pire mais ne suivez pas votre page de manière pro-active.

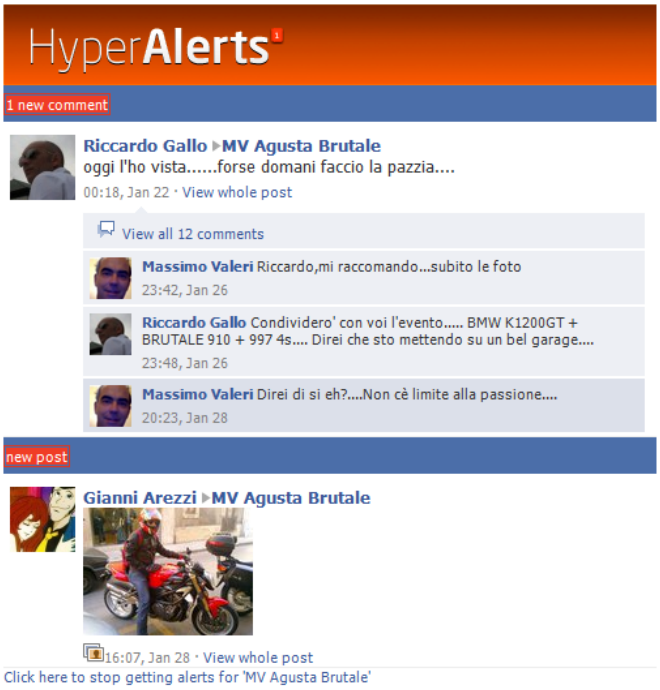
iii) Hyper Alerts

Hyper alert n'est pas en soi une application de modération mais uniquement un moyen de recevoir par email une alerte dès qu'une publication ou un commentaire est publié sur le mur de votre page. Il vous permettra donc de faciliter grandement votre tâche de modérateur ! C'est une solution idéale pour les petits budgets.

Le principe est très simple, vous créez un compte avec votre adresse email et un mot de passe, vous entrez les URL des pages que vous souhaitez mettre sous surveillance et choisissez la fréquence des

notifications (d'instantané à hebdomadaire). Vous n'êtes pas limité à la surveillance de vos pages et pouvez recevoir des alertes pour n'importe quelle page.

Les alertes sont claires et bien présentées, elles incluent même les images, ce qui facilité d'autant plus le travail sur la modération des photos publiées.


HyperAlerts
1 new comment
Riccardo Gallo ▸MV Agusta Brutale
oggi l'ho vista.....forse domani faccio la pazzia....
00:18, Jan 22 · View whole post
View all 12 comments
Massimo Valeri Riccardo,mi raccomando...subito le foto
23:42, Jan 26
Riccardo Gallo Condividero' con voi l'evento..... BMW K1200GT + BRUTALE 910 + 997 4s.... Direi che sto mettendo su un bel garage....
23:48, Jan 26
Massimo Valeri Direi di si eh?....Non cè limite alla passione....
20:23, Jan 28
new post
Gianni Arezzi ▸MV Agusta Brutale
16:07, Jan 28 · View whole post
Click here to stop getting alerts for 'MV Agusta Brutale'

Adresse : http://alerts.hyperinteraktiv.no/

Tarifs : L'application est actuellement en Beta, elle est proposée gratuitement. L'avenir nous dira si elle devient payante par la suite.

Notre impression : L'application est d'une grande simplicité, en quelques secondes, vos alertes sont mise en place. Vous pouvez créer des alertes pour n'importe quelle page, pas nécessairement l'une de celles que vous administrez. On peut donc mettre sous surveillance la page d'un concurrent, par exemple !
L'outil reste cependant limité aux alertes emails : pas d'archivage des publications, pas de possibilité de flaguer ou supprimer les publications. C'est un bon moyen d'être notifié, mais si votre page reçoit un grand nombre de publications et commentaires, votre boîte email risque donc d'être rapidement submergée de contenus qu'il faudra ensuite trier.
Un outil qui reste limité à la notification par email, mais qui le fait bien.
Une petite incertitude sur la pérennité de la solution, elle est encore en Beta, il est donc possible qu'elle ne reste pas gratuite.

b) Les applications généralistes (ou couteaux Suisses)

Ces applications sont en général née dans des sociétés spécialisées qui ont commencé par développer des applications Facebook dédiées (jeux, pages personnalisées, coupons, etc.) puis des outils de modération et de monitoring et qui ont peu à peu évolué vers des suites complètes d'application.

D'une manière générale, elles s'adressent à de grandes marques, ont peu d'application en self service et sont relativement chères. Par contre, elles offrent un nombre important de services tels que des statistiques très détaillées et paramétrables, des applications qui peuvent venir enrichir votre page et en faciliter l'animation et, pour certaines, des outils d'analyse et de publication sur Twitter également.

i) Involver

Involver ne se contente pas de fournir près de 25 applications de gestion de contenu, il propose également un backoffice d'animation et de modération qui permettra de mener des tâches aussi variées que la modération, l'analyse statistique, la gestion des publications (publications programées) et des différentes applications installées sur la page.

Blog | Developer Network | About Involver | Contact | Login
involver
APPLICATIONS
ENGAGEMENT PLATFORM
SML
Everything you need to build and scale customized social marketing experiences with speed and pixel perfect quality.
Get Apps
Applications LEARN MORE
Product
Introducing SML™: The World's First Markup Language For Social
Brand marketers and their agencies have been looking for a simple way to build immersive, customized experiences to engage audiences on social media platforms.
Learn More
BRANDS ENABLED 146,290
AUDIENCE SERVED 747,487,055
Brands using Involver apps
Success Story
Alicia Keys: Success Story

Adresse : http://www.involver.com

Tarifs : Pour les applications, certaines peuvent être testées gratuitement, les prix des versions furent un temps indiqués sur le site mais ce n'est plus le cas.
Pour l'application de backoffice (*social engagement platform*), aucun tarif n'est indiqué. Mais d'après les sources que nous avons pu identifier sur le web, les tarifs démarreraient aux alentours de 2.000$ / mois.

Notre impression : nous n'avons pu utiliser cette application, il ne nous est donc pas possible de donner une impression objective. Nous notons cependant qu'Involver est utilisé par de très grandes marques, un gage de crédibilité.

ii) Buddymedia

Cette solution propose une plateforme complète pour gérer sa page Facebook depuis un back office dédié.

- Possibilité d'une modération par filtres de mots-clés que vous pouvez définir vous-même (noms des concurrents, par exemple) ;
- Permet un accès à des statistiques dédiées (suivi de tous les indicateurs clés de performance, analyse des données à tous niveaux d'engagements…)

Adresse : http://www.buddymedia.com/

Tarifs : Aucune information sur les tarifs, tout étant sur devis…

Notre impression : nous n'avons put utiliser cette application, il ne nous est donc pas possible de donner une impression objective. Nous notons cependant que Buddy Media est utilisé par de très grandes marques, un gage de crédibilité.

iii) Vitrue

Avec Involver et Buddy Media, Vitrue est l'un des éditeurs d'applications Facebook les plus importants aux Etats-Unis. Son offre se découpe en 3 grands thèmes :

- Les applications ;
- Les « tabs » ;
- Le « publisher »

Les applications vont permettre de créer un formulaire d'inscription à une newsletter, un quiz, des coupons à imprimer, des jeux concours, un lecteur vidéos et plus de 11 applications différentes.

Les « tabs » vont permettre de créer des onglets personnalisés construits sur mesure.

Le publisher va vous permettre de modérer la page, publier du contenu selon un calendrier défini, accéder à des statistiques détaillées, publier le contenu de certaines applications directement sur le mur.

Adresse : http://vitrue.com/

Tarifs : Aucune information sur les tarifs, tout étant sur devis.

Notre impression : nous n'avons put utiliser cette application, il ne nous est donc pas possible de donner une impression objective.

iv) Context Optional

Context Optional propose plusieurs services et applications vous permettant de paramétrer votre page fan, et notamment des outils de statistiques et de modérations.

- Permet de gérer plusieurs pages fan sous une seule et même interface ;
- Possibilité de créer des filtres pour des termes, des phrases bannis de votre page (créer des listes de surveillance supprimant automatiquement certains mots ou publications, ou les mettant en évidence (« flag and highlight ») ;
- Permet d'organiser l'affichage des commentaires selon vos propres critères ;
- Permet une analyse via des visuels, une exportation des données, création d'un benchmark : par exemple les réponses à des publications spécifiques (par le partage, le contenu, le type, l'heure du jour) peuvent être comparés, afin de tester et d'améliorer la pertinence des publications…

ContextOptional
THE SOCIAL MARKETING COMPANY
Access Social Marketing Suite
search...
Products
Services
Solutions
Customers
Partners
Resources
Company
Take control of your page and still take the weekend off.
The Social Marketing Suite is the most powerful, unified solution for Facebook.
Products
Publishing
Moderation
Applications
Analytics
Admin
Home ▸ Products ▸ Analytics
Analytics
Measurement is critical to tracking the impact, success and opportunities in social marketing. The Social Marketing Suite Dashboard is a powerful, integrated interface for measuring social marketing activities. With in-depth statistics on Page, Application and Fan engagement, the Dashboard enables meaningful insight into engagement impact and health of a brand's Facebook community.
The Dashboard tracks fan growth over time by Page, including the ability to benchmark competitors' Pages. In addition, response to specific posts (by sharing, content, type, time of day) can be compared to test and improve ongoing engagement. From the Dashboard, users can drill down into details of click
J'aime
1 766 personnes aiment ça. Soyez le premier parmi vos amis.
Social Marketing Suite:
The Most Comprehensive and Unified Social Marketing Solution
Learn More About Our Social Marketing Suite

Adresse : http://www.contextoptional.com/products/moderation

Tarifs : Aucune information sur les tarifs, tout étant sur devis…

Notre impression : nous n'avons put utiliser cette application, il ne nous est donc pas possible de donner une impression objective.